



SAVONIA

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Case: Tattoo Artist Minnie von J

TEKIJÄ/T: Mervi Väättäjä

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Mervi Väättäjä			
Työn nimi Liiketoimintasuunnitelma, Case Tattoo Artist Minnie von J			
Päiväys	19.3.2014	Sivumäärä/Liitteet	37/7
Ohjaaja(t) Risto Kiuru			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Yrittäjä, Minna Juopperi/ Tattoo Artist Minnie von J			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön aiheena on liiketoimintasuunnitelma ja liiketoimintasuunnitelman tekeminen yritystoimintansa aloittaneelle tatuointialan yrittäjälle. Opinnäytetyön teoriaosuus on pyritty tekemään niin, että liiketoimintasuunnitelmaa tekevä saa siitä alustavasti tietoa ja työkalun oman liiketoimintasuunnitelmansa tekemiseen. Toimeksiantaja toivoo saavansa tämän opinnäytetyön avulla liiketoimintansa tueksi työkalun jolla voi tulevaisuudessa tarkastella liiketoimintansa sen hetkistä tilannetta. Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda toimeksiantajalle liiketoimintasuunnitelma, josta hän saa työkalun oman liiketoimintansa suunnittelun tueksi.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, jonka tarkoituksena oli tuottaa toimeksiantajalle liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö jakautuu kahteen osaan; liiketoimintasuunnitelman rakenteeseen sekä liiketoimintasuunnitelman tekemiseen käytännössä. Opinnäytetyön teoriaosuudessa on käsitelty tatuointialaa ja yrittäjyyttä sekä liiketoimintasuunnitelmaa toiminimellä toimivan näkökulmasta. Opinnäytetyön empiirinen osuus on liiketoimintasuunnitelman toteuttaminen käytännössä. Liiketoimintasuunnitelman käytännön toteutus tehtiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa ja opinnäytetyön tekijän liiketaloudellista osaamista hyödyntäen.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena saatiin aikaiseksi liiketoimintasuunnitelma, joka toimii tatuointialalla tai tatuointialalle tulevalle yksinyrittäjälle hyvänä alustavana oppaana yrittäjän aloittaessaan tehdä tai tehdessään liiketoimintasuunnitelmaansa, sekä toimiva liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajalle. Opinnäytetyön ideana oli tehdä teoriaosuudesta sellainen, että yksityisyrittäjänä tai toiminimellä toimiva voisi liiketoimintasuunnitelmaa tehdessään käyttää ja hyödyntää tätä soveltuvin osin omaan liiketoimintasuunnitelmaansa.</p>			
Avainsanat liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, tatuointiala			

Field of Study Social services, Business and Administration.			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration.			
Author(s) Mervi Vääätäjä			
Title of Thesis Business plan, Case Tattoo Artist Minnie von J			
Date	19.3.2014	Pages/Appendices	37/7
Supervisor(s) Risto Kiuru			
Client Organisation /Partners Entrepreneur, Minna Juopperi/ Tattoo Artist Minnie von J			
<p>Abstract</p> <p>The subject of this thesis is the business plan and the creation of it for anyone starting a tattoo studio. The thesis theory part is prepared so that the starting entrepreneur will receive basic knowledge and tools for creating their own business plan. The sponsor of this thesis is hoping to get a tool for their startup business to be used in the future for monitoring current state of their business and a helping guide to take actions to improve business earnings and make it more efficient.</p> <p>The study was carried out as a practice-based thesis. The study was divided into two sections; one section concerning the structure of a business plan in theory, and a section about actualizing the business plan in practice. The empirical portion is the business plan in practice. The theoretical part of the study is formed structure of a business plan. The latter portion was formed using the co-operation with the client and the business skills of the author of the thesis as a basis.</p> <p>The study resulted in producing a functional business plan to the client and a manual for anyone who is going to start a business in this kind of business area. The idea of this study was a write a theoretical part in a way that anyone would be able to make use of it and write business plan for their own business.</p>			
<p>Keywords</p> <p>Business plan, entrepreneurship, tattoo</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
1.1	Tatuointiala	7
1.1.1	Tatuointien historia, nykyaika ja tulevaisuus.....	8
1.1.2	Ammattina tatuoiija	9
2	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA TOIMINIMELLÄ TOIMIVALLE.....	11
2.1	Yrittäjyys ja yksinyrittäjyys	11
2.2	Liiketoimintasuunnitelma.....	13
2.2.1	Markkinointisuunnitelma	17
2.2.2	Taloussuunnittelu	21
2.2.3	SWOT-analyysi	23
3	TYÖN TOTEUTTAMINEN	26
4	POHDINTA.....	32
	LÄHTEET	36
	LIITTEET	38
	Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on liiketoimintasuunnitelman tekeminen yritystoimintansa aloittaneelle yrittäjälle sekä olla pienimuotoinen liiketoimintasuunnitelmaopas alalla jo oleville tai alalle tuleville tatuointitaiteilijoille. Opinnäytetyön aihe on saatu toimeksiantona keväällä 2013. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii yrittäjä, joka on harrastuspohjalta aloittanut yrittäjänä tekemään tatuointeja. Opinnäytetyön teoriaosuuden tarkoituksena on olla pienimuotoinen liiketoimintasuunnitelmaopas tuleville tatuointialalle haluaville tatuointitaiteilijoille. Opinnäytetyössä käydään läpi pinnallisesti asioita, jotka yrittäjän on otettava huomioon liiketoimintaa aloittaessaan. Opinnäytetyön teoriaosuus ei ole kattava tietoteos alalle tulevalle. Opinnäytetyöstä on jätetty tarkoituksella pois muun muassa perustettavan yrityksen rahoituslaskelmat sekä muun muassa tatuointialalla tarvittavat hygieniosaamiset ja muut alaan liittyvät omat aiheensa. Toimeksiantajalle tehtävän liiketoimintasuunnitelman avulla halutaan selkeyttää ja tuoda lisäarvoa yrittäjän toimintaan. Liiketoimintasuunnitelmalla on tarkoitus myös tuoda yrittäjälle liiketaloudellista näkökulmaa ja auttaa häntä näkemään liiketoimintasuunnitelman tärkeys omassa liiketoiminnassaan. Opinnäytetyönä tehtävästä liiketoimintasuunnitelmasta yrittäjä saa työkalun oman yritystoimintansa tueksi.

Teoriaosuus on pyritty rakentamaan sillä tavalla, että tatuointialalle yrittäjäksi tuleva hyötyisi tästä ja voisi käyttää sitä omaa liiketoimintaa suunnitellessaan. Opinnäytetyönä tehtävässä liiketoimintasuunnitelmassa on käytetty pohjana muun muassa Finnveran liiketoimintasuunnitelmaa, Uusyrityskeskuksen Perustamisopasta alkavalle yrittäjälle 2013, Ari Pitkämäen teosta Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma, Yritystulkin liiketoimintasuunnitelmaa, Hyvinvointiyrittäjän liiketoimintaopasta, Leena Raatikaisen Liikeideasta liikkeelle -teosta sekä muita lähdemateriaaleissa esiin tulleita liiketoimintasuunnitelman pohjia. Näiden pohjalta olen työstänyt toimeksiantajalle hänen pienimuotoisen yritystoimintansa tueksi liiketoimintasuunnitelman, jota hän voi käyttää työkaluna suunnitellessaan toimintaansa ja arvioidessaan liiketoimintansa kannattavuutta. Näiden lähteiden pohjalta tehty liiketoimintasuunnitelma on opinnäytetyön liitteenä. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on näyttää yrittäjälle mitä hyötyä suunnitelmasta hänen liiketoiminnalleen on ja millä tavoin se voisi hyödyttää hänen liiketoiminnallista ajatusmaailmaansa tilanteessa, jossa hänellä ei ole yrittäjyyteen liittyviä valmiuksia valmiina. Pääasiassa Pk-yrityksille suunnattujen liiketoimintasuunnitelmien tutkiminen ja niiden pohjalta toiminimellä toimivalle yrittäjälle tehty liiketoimintasuunnitelma ei ole helpoimmasta päästä tehtävä. Liiketoimintasuunnitelma voi olla lyhykäisyydessään muutama rivi yksityisyrittäjän/toiminimellä toimivan yrityksen toiminnasta ja olemassa olon tarkoituksestaan, kun taas toisaalta liiketoimintasuunnitelma voi olla monisivuinen viimeistelty työkalu ison ja pk-yrityksen johdolle strategisen suunnittelun tueksi.

Liiketoimintasuunnitelma toimii yrittäjälle suunnannäyttäjänä ja realistisena kuvauksena yritystoiminnan tämänhetkisestä tilanteesta. Opinnäytetyö jakautuu kahteen osaan; liiketoimintasuunnitelman rakenteeseen sekä liiketoimintasuunnitelman tekemiseen käytännössä. Opinnäytetyön teoriaosuudessa on käsitelty tatuointialaa ja yrittäjyyttä sekä liiketoimintasuunnitelmaa toiminimellä toimivan näkökulmasta. Opinnäytetyön empiirinen osuus on liiketoimintasuunnitelman toteuttaminen käytännössä (case: Tattoo Artist Minnie von J). Liiketoimintasuunnitelman käytännön toteutus tehtiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa ja opinnäytetyön tekijän liiketaloudellista osaamista hyödyntä-

en. Opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena opinnäytetyönä. Opinnäytetyössäni käytän sekundaariaineistona kirjallista sekä sähköistä lähdemateriaalia. Yrittäjän kanssa käytävät keskustelut tuovat oman lisäarvonsa liiketoimintasuunnitelmaan. Lähteinä opinnäytetyössä on käytetty yrittäjyyteen, tatuointeihin, markkinointiin ja rahoitukseen liittyvää kirjallisuutta.

Opinnäytetyön teoriaosuus painottuu liiketoimintasuunnitelman yleiseen luonteeseen sekä liiketoimintasuunnitelmassa SWOT -analyysin tekemiseen. Opinnäytetyön teoriaosuus on pyritty tekemään siten, että se toimisi apuvälineenä muillekin liiketoimintasuunnitelmaa tekeville. Empiirinen osuus on suunniteltu palvelemaan toimeksiantajan tarpeita. Yrityksen oltua toiminnassa jo parisen vuotta ensimmäisen tilikauden ja kannattavuuteen liittyvien tunnuslukujen laskeminen on sisällytetty osaksi liiketoimintasuunnitelmaa. Näitä koskevat laskelmat on toimitettu suoraan toimeksiantajalle ja hänen kanssaan on palaverissa käyty läpi toimenpiteitä, joilla yrityksen kannattavuutta voisi parantaa. Tunnuslukuja ja kannattavuuteen liittyvää aineistoa ei ole tarkoitus sisällyttää liiketoimintasuunnitelmaan yritystoiminnan tässä vaiheessa, koska toimeksiantaja ei ole hakemassa ulkopuolista rahoitusta liiketoimintaansa.

Tatuoinnit alkavat olla jo niin yleisiä, että leimaantumisesta jonkin alakulttuurin jäseneksi ei ole pelkoa. Tämä edesauttaa tatuointitaiteilijoiden markkinoille tuloa. Tatuointien teknis-taiteellinen kehitys vuosien varrella on tuonut tatuoinnit jokaisen iholle. Suomesta löytyy tatuointiliikkeitä, jotka ovat joko yksityisyrittäjän tatuointiliikkeitä tai liikkeitä, joissa työskentelee useampi tatuointitaiteilija samoissa liiketiloissa. Suuremmissa ja tunnetuimmissa tatuointistudioissa käy vierailevia tatuointiartistteja tekemässä tatuointeja. Yleensä vierailevat tatuointiartistit ovat jo useamman vuoden alalla olleita ja näin saaneet nimeä asiakkaiden ja muiden tatuojien keskuudessa. Tatuojat ovat erikoistuneet tekemään tietynlaisia tatuointeja (muun muassa tribaaleja, old school – tatuointeja, muotokuvia, new school – tatuointeja, tekstejä), kun taas toisaalta osa tatuojista tekee kaikenlaisia tatuointeja. Ammattitaitoisella tatuointiyrittäjällä on hyvä olla portfolio omista töistään, joka saa asiakkaan vakuuttuneeksi tatuojan ammattitaidosta ja osaamisesta. Pelkästään tatuointilehtien ja tatuointikirjojen esillä pito ei tee kenestäkään ammatitaitoista tatuojaa. Tatuointimarkkinoilla on usein monia kilpailevia tatuojia, joista asiakkaan on valittava itselleen paras vaihtoehto. (Hemingson 2009, 24.)

Liiketoimintasuunnitelma on toiminimeä, pk-yritystä tai isompaa yritystä perustettaessa hyvä tehdä ennen kuin menee hakemaan yritystoiminnalleen esimerkiksi rahoitusta tai ottamaan yhteyttä muihin tuleviin sidosryhmiin. Hyvin tehdyllä liiketoimintasuunnitelmalla vakuutetaan mahdolliset ulkopuoliset rahoittajat tulemaan mukaan liiketoimintaan, saamaan starttirahaa tai pankista tarvittavat lainat. Liiketoimintasuunnitelmaan toiminimeä perustettaessa riittää kartoitettavaksi yritysidea, yrittäjän osaaminen, SWOT-analyysi, rahoitus ja yritystoiminnan kannattavuus, markkinat ja asiakkaat.

Liiketoimintasuunnitelmaan on hyvä sisällyttää markkinointisuunnitelma, joka antaa yrittäjälle mahdollisuuden valita parhaat markkinoinnin kilpailukeinot oman yrityksen menestymiseen. Markkinoinnin kilpailukeinot ovat tuote, hinta, saatavuus ja viestintä sekä suhdeverkostot, henkilöstö ja asiakaspalvelu. Näistä kilpailukeinoista yrittäjä valitsee omaan tilanteeseensa sopivimmat sopivassa suhteessa yrityksen liikeideaan nähden. Toiminimellä toimiessa riittää, kun markkinoinnin kilpailukei-

noista tarkastelee perinteisen 4P -mallin. 4P -malli on lyhenne sanoista tuote (product), hinta (price), saatavuus (place) ja viestintä (promotion). Hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma on parhaimmillaan yrittäjän työkalu, jolla hän saa kattavan tiedon yrityksensä sen hetkisestä tilanteesta aina tulevaisuuden visioihin ja siihen mihin suuntaan haluaa yrityksensä menevän. Kaikki toiminimellä yrittäjänä aloittavat eivät kasvata yritystoimintaansa koskaan. Heille riittää yrittäjänä toimimisen ilo sekä siitä saatava riittävä toimeentulo. Liiketoimintasuunnitelma oli se sitten tehty miten tahansa on yrittäjälle työkalu, jota hän joko hyödyntää yritystoiminnassaan tai sitten nostaa liiketoimintasuunnitelman mappiin hyllylle muiden paperien joukkoon, jolloin hyvästäkään liiketoimintasuunnitelmasta ei ole hyötyä yrittäjälle. (Lahtinen, Isoviita ja Hytönen, 1995, 75–76.)

”Jos ei tunne historiaansa, ei voi hallita nykyisyyttään, eikä voi tehdä suunnitelmia tulevaisuutta varten” Kenraali Adolf Ehrnrooth

Liiketoimintasuunnitelmaan tehtävä SWOT -analyysi on kuvaus tämänhetkisistä toiminnoista ja samalla visio tulevaisuudesta. Yrittäjä saa sen avulla näkyvämmäksi sen, missä yritys on tällä hetkellä, minne se on menossa ja miten uuteen tilanteeseen päästään. Liiketoimintasuunnitelmaan perinpohjaisella harkinnalla tehty SWOT -analyysi yrittäjän vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhkista saa yrittäjän tarkastelemaan ja hyödyntämään saatuja tuloksia liiketoiminnan kehittämisessä. Toiminnassa jo oleva yritys tehdessään SWOT -analyysiä kartoittaa aluksi yritystoiminnan ja yrityksen heikot kohdat ja tämän hetkisessä toiminnassa esille tulleet ongelmat. Tulevaisuuden suunnitelmia varten arvioidaan nykyiset toimintapuitteet, resurssit ja sen mihin resurssit riittävät. SWOT -analyysistä saaduilla tuloksilla päätetään toimintatavat ja suunnitellaan tulevaisuuden toimintatavat ja keinot miten haluttuihin tavoitteisiin päästään. (Koski ja Virtanen, 2005, 50; Raatikainen, 2011, 171.)

1.1 Tatuointiala

Suomessa tatuointialan yritykset ovat yleistyneet vasta viime vuosina. Suomen ensimmäinen virallinen tatuointistudio, Iivus Tattoo, avattiin vuonna 1987 Ruovedellä. Tatuointiliikkeitä olisi avattu Suomeen aikaisempina vuosina, mutta terveysturvallisuusviranomaiset eivät myöntäneet lupia vedoten terveydellisiin seikkoihin. Vuoden 1988 jälkeen suomalainen tatuointikulttuuri on kehittynyt nykyisenkaltaiseksi. Suurimmissa kaupungeissa voi olla pari kolmekin toimivaa tatuointistudiota, jotka ovat toimineet parisenkymmentä vuotta alalla. Toisinaan taas voi törmätä vaikka parturikampaajaan, joka tekee helppoja yksinkertaisia tatuointeja. Tatuointialalla oman työn jälki korostuu markkinointikeinona, mikäli tatuointi on huonosti tehty jopa mennyt pilalle, ei asiakas enää tule tällaisen tatuointilaitoksen luokse. Tatuointialalla sanonta ”sitä saa mitä tilaa” pitääkin hyvin paikkansa. Laadukas hyvin tehty tatuointi kerää näkyvyyttä ja tuo asiakkaita lisää. (Juntunen 2004, 200.)

Tatuointilaitoksen pitää erikoistua ja olla hyvä alallaan, jos haluaa menestyä. Kilpailu alalla on kovaa, joten kaikki eivät menesty ja yrittäjän toiminta päättyy syystä tai toisesta. Vaikka kilpailu on kovaa, kaikki tatuointiliikkeet eivät kilpaile samoista asiakkaista. Tatuointipalveluita tarjoavan toiminnanharjoittajan on tehtävä Terveysturvallisuuslain sekä Kuluttajaturvallisuuslain mukaiset ilmoitukset sen kunnan terveysturvallisuusviranomaiselle jonka alueella kyseessä oleva liiketoiminta tapahtuu. (Juntunen 2004, 200.)

1.1.1 Tatuointien historia, nykyaika ja tulevaisuus

Tatuointeja on tehty niin kauan kuin ihmiskunta on ollut olemassa. Katlan artikkelin mukaan tatuointeja on löydetty arkeologisissa kaivauksissa jopa 5300 vuotta vanhalta jäätyneeltä muumiolta, jonka ruumissa oli vaatteiden peittämällä alueilla 57 yksinkertaisia viiva- ja pistetatuointeja. Artikkelin mukaan James Cook löysi tatuoinnit vuonna 1769 eteläiseltä Tyyneltä mereltä. Sieltä tatuoinnit levisivät merimiesten ja kauppiaiden kautta Eurooppaan ja Amerikkaan. Tatuointeja on pidetty pakanallisena toimintana, joka likaa ihmisen kehon. Suomalaiseen kulttuuriin tatuoinnit tulivat merimiesten mukana. Yhdysvalloista 1960 – luvulla erilaisten alakulttuurien muun muassa moottoripyöräjengien, hippien ja punkkarien aloittama itsensä koristelu sai aikaan suuntauksen, joka on muuttanut paheellisenä pidetyn tatuoinnin halutuksi muoti-ilmiöksi. Tatuointien teknis-taiteellinen kehitys edesauttoi tatuointien kaupallistamista. (Katla, 2008.)

Nykyään tatuoinnit alkavat olla arkipäivää ja tatuoituja henkilöitä tapaa lähes päivittäin. Tatuointeja löytyy kaikilta ammattiryhmän edustajilta, lääkäreiltä, poliiseilta, papeilta. Tatuoitua ihmistä ei voi yleistää kuuluvaksi johonkin tiettyyn ryhmään. Tatuointi on joillekin keino luoda itsestään tai saada sisimmästään näkyville muille se osa elämää, jota ei sanoin voi kuvata. Tatuointi otetaan yleensä suuren elämänmuutoksen yhteydessä tai tatuoinnin ottamisessa vaikuttimena on ideologia, bändi, aate tai mietelause. Joillekin tatuointi on vain koriste ihossa, jolla ei ole mitään symbolista merkitystä. Tatuoinnilla on selkeä yhteys ihmisen minuuteen. Tatuoinnin ottanut ihminen haluaa tuoda näkyville itselleen tärkeitä, ulkoisia tai sisäisiä asioita. Tatuoinnilla voidaan myös näyttää, millaisena oma keho halutaan visuaalisesti nähdä tai millaiseksi se halutaan muuttaa. Tatuoinnilla todistetaan millainen ihminen sisimmältään on ja että hän todella hallitsee itseään, ruumistaan ja sieluaan. Amerikkalaisen tatuoijan Don Ed Hardyn mukaan tatuoinnit ovat taidetta ja niillä on oikeasti sanomansa. Länsimaista kulttuuria hallitsee tänä päivänä katoavat arvot ja tatuoinnit luovat pysyvyyden tunnetta. Tatuoinnit tulevat olemaan ja ovat nyt jo olennaisena osana nykykulttuuriamme, taidettamme ja itseilmaisuumme tulevaisuudessa. Katlan mukaan tatuointitaide nousee yhdeksi arvostetuista taide-muodoista sen näkyvyyden ja persoonallisuutta korostavien ominaisuuksien avulla. (Katla, 2008.)

Tatuointi tehdään lisäämällä mustetta tai muuta väriainetta pysyvästi ihon alle terävää instrumenttia käyttämällä. Ennen kuin nykyaikainen sähkötoiminen tatuointikone keksittiin, tatuoinnit tehtiin käsin käyttäen erilaisia teräviä työkaluja esimerkiksi terävää kiveä, kalan hammasta, teroitettua luuta tai puutikkua ja levittämällä haavaan väriä, joka oli siihen aikaan esimerkiksi nokea. Maorit keksivät 1700 –luvulla miten he saavat aikaiseksi symmetrisiä kuvia, tämä tapahtui, kun he alkoivat käyttää metallisia neuloja. (Hemingson 2009, 16–18). Tatuointikoneen patentoi vuonna 1891 Samuel O'Reilly. Ensimmäisen tatuointikoneen toiminta perustui tavalliseen sähkömoottoriin. Toimintaperiaatteeltaan nykyiset koneet ovat samanlaisia joskin ulkonäöllisesti erilaisia kuin ensimmäiset tatuointikoneet. Nykyiset koneet toimivat magneettikeloilla, joilla aikaansaadaan iskuvarteen edestakainen liike. (Juntunen, 2004, 152).



KUVA 1. Tatuointikone (tattootukku.com)

1.1.2 Ammattina tatuojia

Tatuointitaiteilijan ammattitutkintoa tai tatuointialan koulutusta ei ole aikaisemmin ollut tarjolla samalla tavalla kuin on koulutusta tarjolla esimerkiksi urheiluhierojaksi kouluttautuvalla. Syksystä 2010 alkaen on Unique Art yhteistyössä Kiipulan Ammattiopiston kanssa järjestänyt peruskoulutuksen tatuointialalle haluaville henkilöille. Koulutuksessa tuleva tatuointitaiteilija saa opit tatuointitekniikkaan, hygieniakoulutusta sekä Kiipulan Ammattiopiston kanssa suoritettavan yhteistyön kautta yrityskoulutusta toiminimen perustamiseen. (Unique Start – Tatuojan peruskoulutus, 2014.) Tatuointialan koulutuksen puute on ollut aikaisempina vuosina hidaste alalle haluaville. Suomalaiset tatuojat ovat itseoppineita tai he ovat olleet oppipoikina tai oppityttöinä jossakin alan liikkeessä. Alan oppikirjoja on harvassa, joten tatuojaksi haluavan on oltava oma-aloitteinen ja etsittävä tietoa alan lehdistä ja kirjallisuudesta sekä yritettävä hakeutua töihin alan liikkeeseen. Tatuojana voi toimia kuka hyvänsä, joka osaa piirtää hyvin. Tatuojan ammatissa toimivista henkilöistä osalla on pohjalla taideopintoja alan kouluista. Kehotaide on taidetta siinä missä kuvataide tai maalaaminen. (Juntunen 2004, 170 - 172.)

Ammattikseen tatuojana toimivan on oltava ulospäinsuuntautunut, sosiaalinen tyyppi, luova, taiteellinen, hänen on hyvä osata tatuoinnin tekniikat ja tietää tatuoinneista hieman enemmän. Menestyäkseen alalla tatuojan on oltava parempi kuin muut tatuojat, erikoistua tiettyihin tatuointigenreihin. Tatuointialalla tatuointivälineiden hygienia on parantunut takavuosista. Terveystarkastajat käyvät tarkistamassa paikat ja huolehtivat omalta osaltaan siitä, että tatuojat tietävät oman alansa vähimmäisvaatimukset koskien neulojen ja laitteiden sterilisointia. Tatuojien ammattietiikka on korkea. Hygienia ja välineiden puhdistus on tärkeää sekä se, mitä tatuointeja tehdään, mihin kohtaan tehdään ja tatuoitavan ikä huomioonottaen. Yleensä tatuojat eivät tee tatuointeja alle 18-vuotiaille. (Juntunen 2004, 170 – 172.)

Suomessa on vuodesta 1994 toiminut suomalaisten ammattitatuojien yhdistys Finnish Tattoo Artists Association ry (F.T.A.A), joka pyrkii edistämään alan yrittäjien ammattitaitoa, tatuointien yleiskuvaa

yhteiskunnassa sekä parantamaan tatuojien ammattietiikkaa. Yhdistyksen puheenjohtajana toimii Tony Raita. Yhdistyksen jäseninä on kauemmin alalla toimineita tatuointistudioita ja itsenäisiä tatuojia. (Juntunen 2004, 207.)

Tatuointialalle tulevan pitää toimittaa sen paikkakunnan terveydensuojeluviranomaiselle, jossa hänen tatuointistudiosa tulee olemaan terveydensuojelulain 13§:n mukainen ilmoitus kampaamo, kauneushoitolan tai vastaavan huoneiston käyttöönotosta tai uuden perustamisesta. Ilmoitus tulee tehdä myös jos toiminta tai tilat olennaisesti muuttuvat, eli tapauksissa, joissa esimerkiksi toimitilat vaihtuvat toiseen paikkaan. Ilmoitus on tehtävä joko 14 vuorokautta ennen toiminnan tai liikehuoneiston muuttumista tai 30 vuorokautta ennen toiminnan aloittamista. Ilmoitus on huomioitava perustamislaskelmissa kuluna, koska ilmoituksen tekemisen jälkeen terveydensuojeluviranomainen tekee huoneistoon tarkistuskäynnin. Tatuointi- ja lävistyspalveluja valvovat kunnan terveydensuojeluviranomaiset. Tatuointi-, lävistys- ja muille kehonmuokkauspalveluille ei tällä hetkellä ole Suomessa omaa yksityiskohtaista lainsäädäntöä. Tatuointi- ja lävistyspalveluihin sovelletaan Kuluttajaturvallisuuslakia (920/2011) ja Terveydensuojelulakia (763/1994). Tatuointitaiteilijaksi toiminimellä aloittava yksinyrittäjä pitää yritystoimintaa aloittaessaan toimittaa perustamisilmoitus Yritys- ja yhteisötoimijärjestelmään ja samalla lomakkeella voi tehdä ilmoituksen kaupparekisteriin ja Verohallinnolle. (Ympäristön terveellisyys, 2014; Parturi-kampaamon tai kauneudenhoitoalan yrityksen perustaminen, 7.)

2 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA TOIMINIMELLÄ TOIMIVALLE

2.1 Yrittäjyys ja yksinyrittäjyys

Suomen kielen sanakirja ulkomaalaisille määrittelee yrittäjä-sanan seuraavasti: "omaa liikeyritystä hoitava tai itsenäistä ammattia harjoittava henkilö" (Nurmi, 1999, 1227). Yrittäjästä käytetään myös englannin kielen nimitystä "entrepreneur", joka vapaasti suomennettuna tarkoittaa eteenpäin menevää tai aloitteentekijää. Yrittäjiä ja yritystoimintaa suorittavia on ollut kautta aikojen. Mutta mitä on yrittäjyys? Viitalan mukaan (2013, 27) yrittäjyys on pienimuotoista yritystoimintaa ja yrityksen omistaja tai omistajat ovat mukana yrityksen toiminnassa. Jokainen suomalainen on yrittäjä omalla tavallaan. Yksilökohtaisesti joku perustaa yrityksen, kun taas toisaalta joku toinen toimii valinnoissaan yrittäjämäisesti. Yritysten menestymisen taustalla on henkilökunnan ja omistajien yrittäjämäinen ote työhön eli sisäinen yrittäjyys. Pienen yrityksen menestymisen taustalla on yrittäjä itse (Raatikainen 2011, 8).

Suomessa oli vuoden 2010 lopussa yrittäjiä noin 248 000 ilman maa- ja metsätalouden harjoittajia. Yksinyrittäjiä heistä oli 62 prosenttia. Työnantajina toimivia yrittäjiä on maassamme 38 prosenttia. Suhdannevaihtelut vaikuttavat yksinyrittäjien määrään enemmän kuin työnantajayrittäjien määrään, tästä huolimatta yksinyrittäjyys on lisääntynyt 1990-luvun lopusta lähtien. Naisten keskuudessa yksinyrittäjyys on yleisempää kuin miesyrittäjien keskuudessa. Naisyrittäjistä miltei kolme neljäsosaa on yksinyrittäjiä, kun taas toisaalta miesyrittäjistä 60 prosenttia on yksinyrittäjiä. Suomessa toimivista yrityksistä suurin osa on mikroyrityksiä. Mikroyritys on yritys, joka työllistää alle 10 henkeä. Pieniä yrityksiä, jotka työllistävät alle 50 henkilöä ja keskisuuria yrityksiä, jotka työllistävät 50–249 henkilöä, kutsutaan yleisimmin pk-yrityksiksi. Suuryritys on kyseessä silloin, kun henkilömäärä on yli 250. Suuryrityksiä Suomessa oli 654 vuonna 2008. (Raatikainen 2011, 12; Yrittäjyyskatsaus 2011, 106.)

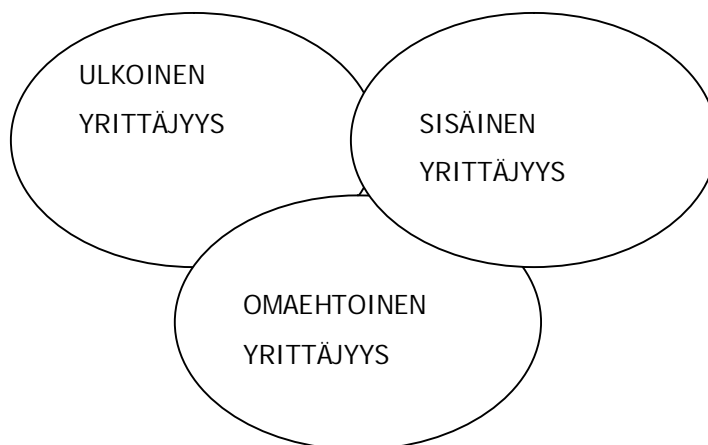
Miksi ihmiset lähtevät yrittäjäksi? Lehti, Rope ja Pyykkö kirjassaan Mikä tekee yrittäjästä menestyvän (2007) kirjoittavat, että yrittäjiksi lähtevät ihmiset aloittavat liiketoimintansa monista syistä; toiset ovat ajautuneet yrittäjäksi, toiset ovat syntyneet yrittäjiksi ja osaa voidaan nimittää yrittäjyyteen joutuneiksi. (Lehti, Rope ja Pyykkö, 2007, 13.)

Yrittäjäksi syntyneellä tarkoitetaan sellaista henkilöä, joka on syntynyt yrittäjäperheeseen ja jatkaa vanhempiensa yritystoimintaa. Yrittäjiksi syntyneitä voidaan kutsua myös niitä, joilla on sisäinen polte yrittäjäksi ja yritystoiminta aloitetaan heti, kun se on mahdollista, ja jotka eivät ole saaneet lapsuudessaan yrittäjämallia mistään. Yrittäjyyteen ajautunut on huomannut toimivansa yrittäjänä elämäntilaiden viemänä jossain elämänvaiheessaan. Yrittäjyyteen ajautuneita ovat harrastuksensa kautta yrittäjyyteen ajautuneet, johtamansa yrityksen ostaneet sekä ystävän tai puolison kautta yrittäjäksi ryhtyneet. Työttömyyden tai muun syyn takia yrittäjyys on ollut huonoin vaihtoehto ja tällä tavoin osa yrittäjistä on yrittäjäksi joutuneita. (Lehti ym. 2007, 13.)

Yrittäjyyttä on käsitelty kirjallisuudessa monelta eri taholta. Jokaisella kirjoittajalla on oma käsityksensä siitä, mitä yrittäjyys on ja mitä yrittäjänä toimiminen vaatii. Seuraavassa on lyhyesti käsitelty mitä yrittäjyys on Ilmoniemen ja Raatikaisen mielestä. Mielestäni Ilmoniemi ja Raatikainen ovat teoksessaan kiteyttäneet hyvin sen, mikä yrittäjyydessä on olennaista.

Yrittäjyys on jatkuvaa oppimista ja kehittymistä. Yrittäjyys on eteenpäin menemistä huolimatta siitä mitä ongelmia tai menestystä eteen tuleekaan. Yrittäjäksi aikovilla ominaisuudet ryhtyä yrittäjäksi ovat olemassa, tarvitaan vain oikeat ja riittävät lähtökohdat ja valmiudet yrittäjyyteen. Työskennellessä joko toisen palveluksessa tai itsenäisenä yrittäjänä tarvitaan molemmissa yrittäjäasennetta. Yrittäjäasenne on tapa ajatella ja toimia sillä tavalla, että työstänsä pitää, suhtautuu ja asennoituu työntekoon positiivisesti. (Ilmoniemi 2009, 20.)

Yrittäjyys on ajattelu- ja toimintatapa, ei pelkästään uusien yritysten perustamista ja liiketoimintaa. Yrittäjyyttä on sisäistä ja ulkoista. Ulkoisen yrittäjuuden tunnusmerkkinä voidaan pitää oman itsenäisen yrityksen perustamista. Sisäinen yrittäjyys ilmenee työpaikoilla esimerkiksi keksintöinä, aloitteina, tuloshakuisuutena sekä itseohjautuvuutena. Yksilön oma kehityskertomus ja siihen liittyvä toimintatapa on omaehtoista yrittäjyyttä. Omaehtoiseen yrittäjyyteen voi itse vaikuttaa omilla valinnoillaan, on uskallettava olla innovatiivinen ja tartuttava uusiin mahdollisuuksiin. Käsityöyrittäjät ja taiteilijat työllistävät itsensä omaehtoisen yrittäjyyden avulla. Yrittäjyys voidaan ymmärtää niin, että yrittäjyys ei ole vain yrityksen perustamista, vaan se on myös yrittäjämäinen asenne toisen palveluksessa työskennellessä tai oman elämän hallinnassa yksityiselämässään. (Raatikainen 2011, 16.)



Kuvio 1. Yrittäjyyden muodot (Raatikainen 2011, 17).

Yksinyrittäjällä toimivalla on yksin toimiessaan kaikki yrittäjän roolit. Yrittäjä on sijoittaja, johtaja, myyjä ja työntekijä. Yksinyrittäjä tekee yrityksessään kaikki päätökset koskien toimintaansa ja kantaa vastuun toimistaan. Yksinyrittäjäksi lähtemisen syitä voivat olla muun muassa se, että henkilö on turhautunut nykyiseen työhönsä, tuntee, että tekee itse asiat paremmin ja saa päätösvaltaa omassa yrityksessään enemmän kuin nykyisessä palkkatyössään. Yrittäjä voi säädellä itse työmääräänsä ja työaikojaan ja hän voi toteuttaa itseään vapaammin. Yksinyrittäjänä toimiminen ei automaattisesti tarkoita sitä, että yritystoiminta laajenee ja kasvaa vuosien varrella (Viitala ja Jylhä, 2013, 28).

Yrittäjyys= uskallus x motivaatio x yrittäjäosaaminen

Yrittäjyyden voi kiteyttää edellä esitettyyn yhtälöön, jonka on kuvannut Viitala ja Jylhä kirjassaan Liiketoimintaosaaminen (2013). Yrittäjyys on uskallusta yhdistettynä yrittäjän haluun ja motivaatioon

menestyä omalla alallaan. Mikäli yrittäjä haluaa menestyä valitsemallaan uralla, yrittäjä tarvitsee myös vahvaa osaamista, ei pelkästään oman alansa työnsä osaamisesta vaan lisäksi liiketoiminnan osaamista. Yrittäjänä onnistumiseen tarvitaan sekä hyvä perustajatiimi että verkostot. Menestymiseen ei tarvita hienoa liikeideaa riittää, että liikeidean toteutus onnistuu (Viitala ja Jylhä, 2013, 34).

Yrittäjätyyppit otettiin mukaan liiketoimintasuunnitelmaan, jotta ymmärretään minkä tyyppinen yrittäjä toimeksiantajani on. Raatikaisen mukaan yrittäjätyyppistä löytyy yhtä monta kuin on yritystoimintaa tekeviä ihmisiä. Yrittäjät voidaan luokitella käsityöyrittäjiin, perinteisiin yrittäjiin, toimitusjohtajatyyppeihin yrittäjiin. Käsityöyrittäjille on tärkeämpää työn hyvä laatu ja oman osaamisen arvostaminen. Näiden lisäksi käsityöyrittäjä on itsenäinen ja riippumaton työssään. Käsityöyrittäjä haluaa pitää yritystoimintansa pienenä eikä suunnittele laajentavansa toimintaansa. Vastakohta käsityöyrittäjälle on perinteinen yrittäjä, jolle on tärkeää yrityksen menestyminen ja laajentuminen. (Raatikainen 2011, 26–27.)

Usein perinteisellä yrittäjätyyppillä hyvä toimeentulo ja voitot yrityksestä ovat etusijalla yritystoiminnassa. Toimitusjohtajatyypin yrittäjä on yleensä ulospäin suuntautunut delegoiva hyvät johtamistaidot omaava tyyppi. Tämän tyyppinen yrittäjä hakee ulkoista tunnustusta toiminnoilleen toimimalla aktiivisesti yrittäjäjärjestöissä. (Raatikainen 2011, 26–27.) Yrittäjätyyppit voidaan ryhmitellä toimintatapojensa mukaan yleismiehiksi, uudistajiksi, organisaattoreiksi ja rutiinien taitajaksi. Yleismies hallitsee yrityksessä kaiken. Yleismies onnistuu toiminnassaan niin kauan kuin toiminnot ovat pelkäämään hänen hallittavissaan. Uudistaja on teknisesti suuntautunut, hän keksii uusimmat ideat ja innovoi yritystoimintaa uudistumaan. Organisaattorin toimintatapana on byrokraattinen lähestymistapa tuottavuutta parantavien johtamismenetelmien käyttöön. Rutiinien taitaja tekee asiat niin kuin aina on tehty. (Raatikainen 2011, 26–27.)

2.2 Liiketoimintasuunnitelma

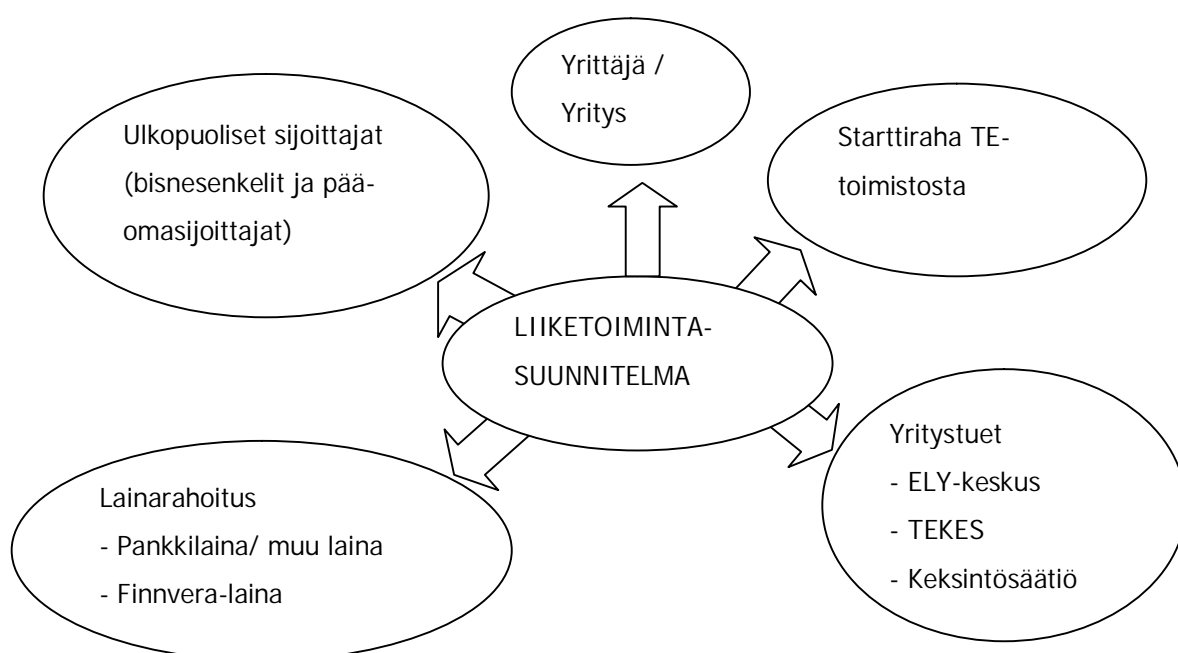
Liiketoimintasuunnitelmassa (business plan) esitellään yritys ja sen toiminta. Liiketoimintasuunnitelma voidaan tehdä yrittäjälle toimeksiantona tai yrittäjä voi tehdä itse kirjallisen dokumentin yrityksestään ja sen toiminnasta. Yrittäjä käyttää liiketoimintasuunnitelmaa omana työkalunaan arvioi-
dessaan liikeideaa, päätöksiä tehdessään tai kehittäessään toimintaansa sekä/tai esittelee liiketoimintasuunnitelmansa rahoittajille, asiakkaille ja muille sidosryhmille. (Puustinen 2006, 59–60.)

Liiketoimintasuunnitelman sisältöä ja siihen liittyviä muita osioita käsitellään seuraavilla sivuilla lyhyesti.

- Liiketoimintasuunnitelma yleisesti s.13 - 14
- Liikeidea s.15
- Toiminta-ajatus s.15
- Visio s.15
- Yhtiömuoto s.15
- Yrittäjän tausta ja osaaminen s.16
- Asiakkaat s.16
- Tuote/palvelu s.16

Liiketoimintasuunnitelmasta ja sen sisällöstä löytyy kirjallista ja sähköistä aineistoa kattavasti. Näiden kaikkien tarjolla olevien liiketoimintasuunnitelmien kirjosta yrittäjän täytyy koota ja koostaa omaan liiketoimintaansa sopiva suunnitelma käyttötarkoituksen mukaan. Toiset liiketoimintasuunnitelmat kelpaavat sellaisenaan rahoittajille, toiset liiketoimintasuunnitelmat eivät kelpaa. Liiketoimintasuunnitelma määritellään eri lähteiden mukaan monella eri tavalla, mutta jokainen niistä kuitenkin pitää sisällään saman idean. Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen suunnitelma liiketoiminnasta, jolla kuvataan miten liikeideaa lähdetään toteuttamaan käytännössä. Liiketoimintasuunnitelmalla kuvataan yrityksen toimintaympäristö, toimintatavat ja tavoitteet. Liiketoimintasuunnitelma on yrittäjän käyntikortti ja yritystoiminnan työkalu, jolla vakuutetaan mahdolliset rahoittajat. Liiketoimintasuunnitelma on toimintasuunnitelma, jolla yrittäjä työstää ideansa ja ajatuksensa käytännössä toteutettaviksi tuottavaksi liiketoiminnaksi. (Ilmoniemi ym 2009, 51.)

Liiketoimintasuunnitelma voidaan määritellä yrityksen liiketoimintaa kuvaavaksi dokumentiksi, joka on yrityksen johdon laatima liiketoiminnan tai liiketoiminta-alueen kokonaiskuvaus. Kokonaiskuvassa kuvataan liiketoiminnan päämäärät, tavoitteet ja ne keinot, joilla edellämainitut saavutetaan. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan yrityksen liiketoiminta, sen lähtökohdat ja tavoitteet liiketoiminnalle. Liiketoimintasuunnitelmalla yrittäjä voi näyttää ja todistaa, että yritys tulee menestymään tulevaisuudessa yritystoimintaa aloittaessaan vaikka tilinpäätöstiedot vielä puuttuvat. Liiketoimintasuunnitelma tarvitaan haettaessa TE-toimistolta starttirahaa, yritystukia ELY-keskukselta tai pankista lainaa. Liiketoimintasuunnitelmaan kirjataan perustiedot yrityksestä, visio ja päätavoitteet, toiminta-ajatus, liikeidea, markkinointi- ja myyntisuunnitelmat, riskianalyysi sekä sisällytetään mukaan rahoituslaskelmat. Liiketoimintasuunnitelma on suunnitteluväline yrittäjälle itselleen sekä neuvottelutyökalu, kun keskustellaan mahdollisten liikekumppanien, vuokranantajan, tavarantoimittajien tai rahoittajien kanssa. (Ilmoniemi ym, 2009, 51; Koski ja Virtanen 2005, 18.)



Kuvio 2. Liiketoimintasuunnitelman käyttötarkoitus (Ilmoniemi ym, 2009.)

Hyvä liiketoimintasuunnitelma on tehty yrityksen ja yrittäjän oman liiketoimintansa luonteen mukaisesti sisällöltään ja esittämistavaltaan. Alkujaan liiketoimintasuunnitelma tehtiin sidosryhmien tarpeita ja näkökulmaa ajatellen, tänä päivänä liiketoimintasuunnitelma on toimintaa ohjaava apuväline, jota hienosäädetään, muokataan ja tehdään tarkennuksia säännöllisin väliajoin. Liiketoimintasuunnitelman tulee joka tapauksessa sisältää kuvaukset yrityksestä, tuotteesta tai palvelusta, strategiasta, markkinoista, kilpailijoista, johdosta ja henkilöstöstä sekä taloudesta ja rahoituksesta. (Koski ja Virtanen 2005, 22.)

Liikeidea

Liikeidea kuvaa lyhyesti miksi yritys on olemassa ja mitä tuotteita tai palveluja yrityksellä on tarjota. Liikeidea vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja miten. Liikeidean kysymyksiin mitä, kenelle ja miten vastaamalla saadaan vastaukset siihen mitä hyötyä yrityksen olemassaolosta on asiakkaille, poistaa-ko yritys jonkin asiakkaan ongelman tai minkä asiakkaan tarpeen yritys tyydyttää. Yrityksen imago, tarve ja hyöty asiakkaalle, tuote ja palvelu sekä asiakkaat ja asiakasryhmät muodostavat yhdessä yrityksen liikeidean. Toimintatapoina liikeidean täytäntöönpanossa ovat markkinointi, tuotekehitys, tuotanto, logistiikka, henkilöstö, johtaminen ja taloushallinto. Mikäli liikeidea on hyvä, niin toimintatavoilla saadaan kannattava ja menestyvä liikeyritys. (Ilmoniemi ym, 2009, 52; Raatikainen 2011, 39.)

Toiminta-ajatus

Toiminta-ajatus on muutaman lauseen pituinen kuvaus yrityksen liiketoiminnan perusideasta ja vastaa kysymykseen siitä, miksi yritys aiotaan perustaa tai miksi yritys on olemassa. (Ilmoniemi ym, 2009, 52.)

Visio

Yrityksen visio voi olla mikä tahansa minkä yrittäjä tai yrityksen johto haluaa vision olevan ja mitä kohti yrityksen toiminta halutaan viedä, mutta Jonathan Swithin näkemys visiosta on ”näkymättömi- en asioiden näkemisen taidetta.” Visiolla pyritään innostamaan yrityksen johtoa ja työntekijöitä taidokalla esiin kuva upeista mahdollisuuksista. (Kotler, 2005, 43.)

Yhtiömuoto

Yritystä perustettaessa pitää miettiä tulevan yrityksen tulevaisuus mihin suuntaan sitä halutaan lähteä viemään ja samalla valitaan tarkoituksenmukainen yrityksen tarpeisiin sopiva yritysmuoto heti alusta lähtien. Yritysmuodon valintaan kannattaa kiinnittää huomiota ja miettiä yrityksen osallisten määrä, oman ja/tai vieraan pääoman tarve ja määrä, yrityksen ja sen omistajien verotus, vastuu yrityksen veloista ja velvoitteista, toiminnan tarkoitus, laajuus ja joustavuus sekä voitonjako. Suomessa yritystoimintaa voi harjoittaa yksityisenä elinkeinonharjoittajana (toiminimellä), avoimessa yhtiössä, kommandiittiyhtiössä, osakeyhtiössä tai osuuskunnassa. Henkilöyhtiöitä ovat avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö. (Ilmoniemi ym, 2009, 65.)

Yritysmuodoista jokainen yrittäjä löytää omaan liiketoimintaansa sopivimman vaihtoehdon vertailemalla eri yhtiömuotoja. Yhtiömuodon valintaan vaikuttavat yritystoimintaa aloittavien lukumäärä,

aloittaako yritystoiminnan itsekseen vai tuleeko mukaan muita, tällöin sopiva vaihtoehto olisi avoin yhtiö tai kommandiittiyhtiö. Osakeyhtiö yhtiömuotona olisi myös varteenotettava vaihtoehto, mutta sen perustamiseen tarvitaan aloituspääoma, joka on minimissään 2 500 euroa. Pienimuotoista yritystoimintaa harjoittavalle riittää yhtiömuodoksi toiminimen perustaminen. Toiminimen perustaminen ei vaadi erityisiä kirjallisia sopimuksia, mutta liiketoimintasuunnitelma olisi joka tapauksessa hyvä tehdä. Toiminimellä toimiessa yrittäjä tekee itse kaikki toimintaansa koskevat päätökset, edustaa yritystä ja kantaa vastuun yritystoiminnan velvoitteista. (Raatikainen 2011, 68.)

Yrittäjän tausta ja osaaminen

Yrittäjäksi aikovan on kartoitettava oma taustansa ja osaamisensa ennen kuin hän aloittaa liiketoimintansa. Yrittäjän on hyvä pohtia ja miettiä mitä osaa, mihin tarvitsee vielä osaamista, oma suhtautuminen yrittäjyyteen, rahoitukset, vakuutukset, ovatko henkilötekijät, tausta ja elämäntilanne sellaiset, että yrittäjänä toimiminen on mahdollista aloittaa? Yrittäjäksi ryhtyvällä on yleensä taustallaan koulutusta, työkokemusta, ammatillista osaamista ja roolimalleja muista yrittäjistä tai yrittäjäksi aikova on yrittäjäperheestä lähtöisin. Yrittäjän persoonallisuus, yrittäjäominaisuudet ja elämäntilanne luovat pohjan yritystoiminnan aloittamiselle. Yritystoiminnan aloittaminen voi saada kipinän harrastuksen kautta ja ideoita voi löytää mistä vain. Yrittäjän kannattaa osallistua paikallisen toimijan yrittäjyyksikursseille, jotta saa hyvän alun yritystoiminnalleen. (Raatikainen 2011, 22.)

Asiakkaat

Yritykset kasvattavat ja hoitavat pääomaansa, mutta on muistettava myös samalla tavoin hoidettava ja kasvatettava asiakaskuntaansa, jotka ovat yrityksen taloudellinen pääoma, vaikkei sitä kirjanpidossa otetakaan huomioon. Asiakkaalle tulisi markkinoida tuote/palvelu sillä tavalla kuin haluaisit sen markkinoitavan itsellesi ja asiakasta tulisi kohdella samoin kuin itseäsi haluaisit kohdeltavan asiakkaana. Asiakkaat ostavat tuotteen/palvelun ja pysyvät asiakkaina jatkossakin, kun heille tarjotaan enemmän vastinetta vähemmällä rahalla. Pelkkä asiakassuhteen ylläpito ei enää riitä, asiakkaan pitää kokea saavansa jotain arvoa ostohetkellä ostaessaan tuotetta/palvelua. Asiakkaan tyytymättömyyttä ei tule aliarvioida, jos asiakas kokee tulleen huonosti palvelluksi tai ei ole tyytyväinen tuotteeseen, on asialle tehtävä jotain. Parhaimmassa tapauksessa asiakas pysyy asiakkaana jatkossakin, mutta tyytymätön asiakas menee kilpailijan asiakkaaksi. Näin voi toki käydä myös tyytyväisen asiakkaan kohdalla. Tämä voi johtua siitä, että asiakas haluaa vaihtelua tai kokee kilpailijalta saavansa enemmän arvoa ostokselleen (Kotler, 2005, 15–16).

Tuote/Palvelu

Asiakkaalle tarkoitettu tuote on tavara, palvelu tai näiden yhdistelmä. Tuotteella tai palvelulla pyritään yleensä täyttämään asiakkaan tyydyttämätön tarve. (Raatikainen, 2011, 84.)

2.2.1 Markkinointisuunnitelma

Tässä luvussa on käsitelty ensin markkinointisuunnitelmaa yleisellä tasolla ja sen jälkeen järjestyksessä käsitellään markkinointimix, markkinoinnin toteuttaminen, markkina-alue/toimintaympäristökartoitus, kilpailijat ja kilpailu-analyysi ja viimeisenä kilpailuetu.

- Markkinointisuunnitelma s. 17
- Markkinointimix s. 18
- Markkinoinnin toteuttaminen s. 18
- Markkina-alue/ Toimintaympäristökartoitus s. 19
- Kilpailijat ja kilpailu-analyysi s. 20
- Kilpailuetu s. 20

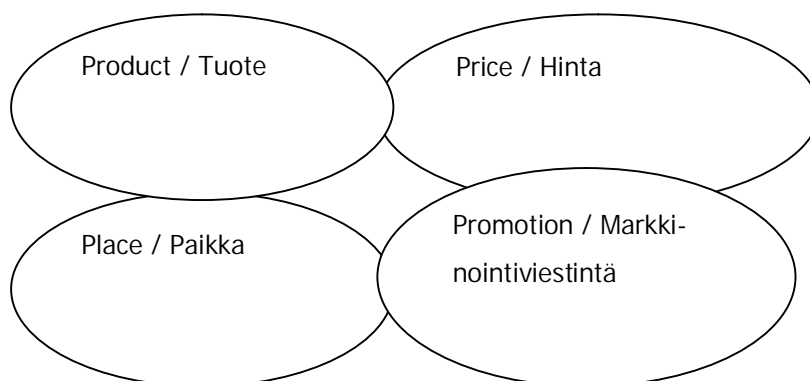
Liiketoimintasuunnitelman yksi osa on markkinointisuunnitelma, jossa määritellään muun muassa markkina-alue, analysoidaan lähimmät kilpailijat, analysoidaan oman yrityksen kilpailuetu sekä suunnitellaan markkinointitoimenpiteet, strategiat, joilla asiakkaat saadaan tulemaan yrityksen tuotteiden tai palvelujen ostajaksi. Markkinoinnin kannalta yrityksen nimen on oltava muista yrityksistä hyvällä tavalla erottuva nimi. Jos yritystoimintaa on tarkoitus laajentaa kansainvälisille markkinoille, nimen olisi hyvä olla alusta lähtien englanninkielinen. (Raatikainen 2011, 77.)

Kotlerin mukaan markkinointisuunnitelmaa voisi kutsua taistelusuunnitelmaksi. Taistelusuunnitelma antaisi luottamusta yrittäjälle jo etukäteen ja sodan voittamiseen, vaikkei yhtään taistelua olisi vielä käyty. Yrittäjän pitäisi tuoda asiakkaille sekä markkinoille jotain parempaa, uudempaa, nopeampaa tai halvempaa verrattuna kilpailijoihin. Kotlerin (2005) mukaan markkinointisuunnitelma sisältää kuusi osa-aluetta. Nämä ovat tilanneanalyysi, tavoitteet, strategia, taktiikat, budjetti ja kontrollointi. Tilanneanalyysiin kartoitetaan yrityksen toimintaympäristö sekä tehdään SWOT-analyysi. Tilanneanalyysin pohjalta tunnistetut mahdollisuudet laitetaan tärkeysjärjestykseen. Tärkeysjärjestykseen laitetuille asioille asetetaan tavoitteet ja niiden saavuttamiseksi laaditaan aikataulu. Tavoitteiden saavuttamiseksi laaditaan tehokkain toimintamalli eli strategia. Strategia avataan 4P:n ja toimien avulla, jolloin saadaan taktiikka käyttöön millä keinoilla tavoitteisiin päästään ja ketkä ovat ne henkilöt, jotka sen tekevät (Kotler 2005, 100).

Markkinointisuunnitelman toimet aiheuttavat jonkin verran kuluja, jotta päästään haluttuihin tavoitteisiin. Tämä asia on huomioitava budjetoinnissa lisääntyneenä markkinointikuluna. Viimeisenä yrityksen on määriteltävä ajanjaksot ja mittapuut tavoitteiden saavuttamisessa ja niissä pysymiseksi. Tavoitteiden saavuttamisen kontrollointi paljastaa sen eteneekö ja toimiiko markkinointisuunnitelmassa esitetyt tavoitteet ja strategia yrityksen haluamalla tavalla. Jos käy niin, että tavoitteista jäädään jälkeen, yrityksellä on mahdollisuus kontrollitoimenpiteillä tarkastella tavoitteitaan, strategiaansa sekä toimiaan tilanteen korjaamiseksi. Markkinointisuunnitelmaa pitää uudistaa aika ajoin ja soveltaa sitä käytäntöön ottaen huomioon sen, että suunnitelmien tekoon ei käytetä enemmän aikaa kuin tulosten saavuttamiseen (Kotler 2005, 100).

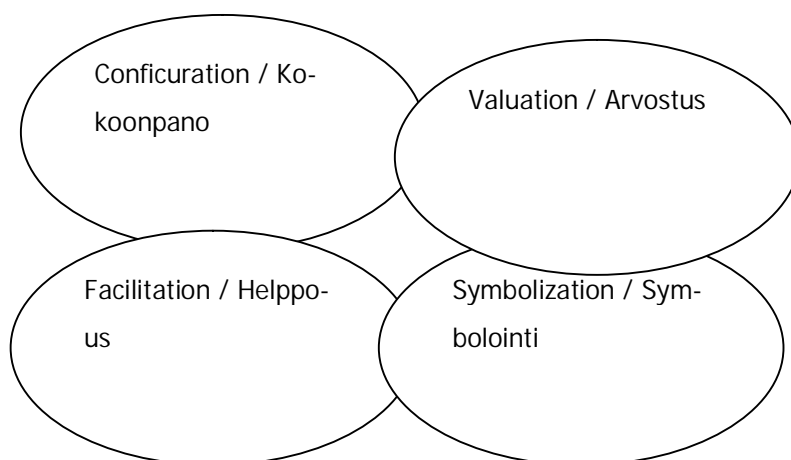
Markkinointimix

Pienen sekä suuremmankin yrityksen markkinoinnin kilpailukeinoja voidaan kuvata markkinointimixin avulla. Markkinointimixin perinteinen kaava on 4P -malli. 4P -malli tulee sanoista product (tuote), price (hinta), place (paikka) ja promotion (markkinointiviestintä). Yrittäjän on pohdittava mitä tarjotaan, millä hinnalla, missä ja miten. Millä tavoin saavutetaan asiakkaat parhaalla mahdollisella hinnalla kilpailijoihin nähden, onko yrityksen tuote tai palvelu helposti saatavilla ja onko yrityksen toimipaikka sijaintina optimaalinen, asiakkaan helposti saavutettavissa. (Kotler, 2005, 92.)



Kuvio 3. Perinteinen 4P- malli. (Kotler, 2005, 92.)

Kotlerin mukaan 4P – malli on enemmän myyjän kuin ostajan näkökulma. Tästä syystä asiakasläh-
töisen ajattelutavan mukaan on kehitelty 7P – malli, joka sisältää 4P – mallin lisäksi people (ihmi-
set), processes (toiminnot) ja physical evidence (konkreettinen näyttö). Kotler on vienyt ajatusta
vielä pidemmälle, ehdottaessaan, että tuote olisi kokoonpano (configuration), hinta olisi arvostus
(valuation), saatavuus olisi helppous (facilitation), markkinointiviestintä olisi symbolointi (symboliza-
tion). Kotlerin uusi määritelmä perinteiselle 4P – mallille olisikin CVFS – malli, joka olisi vaikeampi
muistaa, mutta sisältäisi kuitenkin samat asiat. (Kotler, 2005, 91.)



Kuvio 4. Kotlerin mukailtu CVFS – malli. (Kotler, P. 2005, 92.)

Markkinoinnin toteuttaminen

Markkinointia on perinteisesti ajateltu tuotteiden ja palvelujen myyntinä. Tänä päivänä markkinoin-
nin ajatellaan olevan enemmänkin ajattelu- ja toimintatapa. Markkinointiajattelun tarkoitus on aidos-

ti ymmärtää asiakasta ja hänen tarpeitaan, luoda arvoa asiakkaalle sekä pystyä tarjoamaan asiakkaalle toimivia ratkaisuja. Markkinoinnin perustana pidetään 4P – mallia, joka sisältää tuotteen, hinnan, saatavuuden ja markkinointiviestinnän. Digitaalisuus on tullut vahvasti mukaan markkinointiin viime vuosina. Markkinointitoimenpiteet tehdään yhä useammin internetissä ja sosiaalinen media helpottaa yritysten esiintuloa ja esilläoloa (Viitala ja Jylhä, 2013, 97).

Markkinointiajattelun muuttuessa enemmän asiakassuuntaiseksi tulisi yritysten muistaa markkinointia suunnitellessaan, että markkinoi tuotettaan tai palveluaan asiakkaille kuten haluaisi asiakkaiden markkinoivan itselleen tuotetta tai palvelua. Asiakkaasta tulisi tietää tarpeeksi, jotta voi tehdä olennaisia ja oikea-aikaisia mukautettuja tarjouksia juuri tälle tietylle asiakkaalle. Asiakas tulisivin nähdä yksilönä, eikä jokaista yksilöä potentiaalisena asiakkaana. Hyvin kohdeltu asiakas, joka on tyytyväinen tuotteeseen tai saamaansa palveluun todennäköisesti pysyy asiakkaana ja kehuu yritystä muillekin mahdollisille tuleville asiakkaille. Tällä tavoin yritys voi säästää markkinointitoimenpiteissään rahaa, kun ei tarvitse panostaa niin paljon uusien asiakkaiden hankintaan itse. Yritys käyttää uusasiakashankintaan usein jopa 70 prosenttia markkinointibudjetistaan, vaikka 90 prosenttia tuloista tulee nykyisiltä asiakkailta. Pitkällä aikavälillä tarkasteltuna olisivin järkevää suunnata markkinointitoimenpiteitä vanhojen asiakassuhteiden säilyttämiseen ennemmin kuin uusasiakashankintaan (Kotler 2005, 16 – 17).

Markkina-alue/ Toimintaympäristökartoitus

Liiketoimintasuunnitelmaan kartoitetaan yrittäjän liiketoiminnan markkina-alue. Markkina-alue voidaan rajata paikalliseksi, alueelliseksi, valtakunnalliseksi tai kansainväliseksi. Tämän rajauksen pohjalta voidaan markkina-aluetta rajata vielä tarkemmin esimerkiksi tiettyihin kaupunginosiin, kaupunkeihin, maakuntiin tai vientimaihin. (Finnvera 2011.)

Liiketoimintasuunnitelmaan on hyvä analysoida toimintaympäristö ja sen mahdolliset vaikutukset yrittäjän liiketoimintaan. Toimintaympäristöanalyysiä tehtäessä on kiinnitettävä huomio yrityksen taloudelliseen, poliittisiin, sosiaalisiin ja teknologisiin osa-alueisiin. Toimintaympäristössä tapahtuu muutoksia koko ajan ja yrittäjän on pysyttävä mukana muutoksissa ja ymmärrettävä muutosten tuomat hyödyt ja mahdolliset uhat yritystoiminnalleen. (Ilmoniemi ym. 2009, 30.)

Toimintaympäristöanalyysi liittyy yleensä yrityksen tuotteiden ja palveluiden kysyntään, kilpailutilanteeseen ja kilpailijoihin, toimialan yleiseen luonteeseen sekä tavarantoimittajien, yhteistyökumppanien ja sidosryhmien tutkimiseen. Toimintaympäristöanalyysissä lähimmät oman toimialan ja liiketoimintaympäristön analysointi on yksityisyrittäjälle riittävä kartoitus. Toimintaympäristöanalyysiä ei tehdä siis kaikesta mahdollisesta. Pk-yritykset ja isommat yritykset yleensä kiinnittävät huomiota toimintaympäristöanalyysissään laajempiin kokonaisuuksiin. (Ilmoniemi ym. 2009, 30.)

Viitalan mukaan toimintaympäristöt voidaan jaotella 7 eri tekijään. Näitä tekijöitä ovat taloudelliset, poliittiset ja lainsäädännölliset tekijät, teknologiset tekijät, kilpailulliset tekijät, sosiaaliset tekijät ja kulttuuritekijät, globalisaatio, eettiset ja ekologiset tekijät sekä trendit ja megatrendit. Toimintaympäristöä arvioitaessa kiinnitetään huomio ja selvitetään perustamisvaiheen markkinat, kysyntä, kil-

pailu, yleiset yhteiskunnalliset makrotekijät ja ympäröivään luontoon liittyvät seikat. Perustettaessa yritystä joko Suomeen tai ulkomaille on otettava huomioon, että toimintaympäristöt poikkeavat suuresti eri maanosissa ja maissa. Yrittäjän liiketoiminnan mikroympäristöön kuuluvat potentiaaliset asiakkaat, yhteistyökumppanit ja kilpailijat. Makroympäristöä analysoitaessa otetaan huomioon väestön rakenteeseen liittyvät tekijät ja lainsäädännölliset piirteet ja edellytykset. (Viitala, 44).

Pekka Hannulan Taitelijan liiketoimintasuunnitelmaa lukiessani kiinnitin huomiota, että hänellä oli hyviä ajatuksia koskien taiteilijoiden toimintaympäristön muutoksia. Tästä syystä otin mukaan hänen ajatuksensa toimintaympäristöä tarkastellessani toimeksiantajalleni. Hannulan mukaan taloudellisia tekijöitä mietittäessä arvioidaan ja otetaan huomioon onko korkotason nousuissa tai laskuissa tai taloudellisessa taantumassa jotain sellaista joka vaikuttaisi koko toimialaan tai omaan toimialaan ja onko näistä todellista uhkaa yritystoiminnalle. Poliittisista tekijöistä voisi tarkastella tapahtuuko kulttuuripolitiikassa jotain sellaista joka vaikuttaa yleisellä tasolla asioihin tai omaan toimialaan. Sosiaalisia tekijöitä tarkastellessa on otettava huomioon väestön ikääntyminen, vaikuttavatko muut sosiaaliset tekijät taidekenttään eli tässä tapauksessa onko tatuoinneista tulossa entistä suositumpia vai ovatko tatuoinnit paheellisia niin kuin ennen vanhaan uskottiin. Vaikuttaako vapaa-ajan lisääntyminen millään tavalla omaan toimintaasi joko tatuointitaiteilijana tai taiteilijana? Teknistä kehitystä seuraamalla saa selville olisiko yksi tulevaisuuden liiketoiminnan osa-alueista esimerkiksi digitaalisessa muodossa oleva taulu, tuoko tekninen kehitys tullessaan tatuojille enemmän mahdollisuuksia kuin uhkia? (Hannula, 6.)

Kilpailijat ja kilpailu-analyysi

Kilpailu-analyysiin kartoitetaan samalla markkina-alueella ja samalla toimialalla toimivat kilpailevat yritykset ja toiminimellä toimivat yrittäjät sekä heidän heikkoutensa ja vahvuutensa. Aloittavan yrittäjän on suunniteltava markkinointitoimenpiteet omaan yritykseensä sopiviksi huomioiden potentiaaliset asiakkaat sekä markkinointibudjetin määrä. Kilpailu-analyysin voi tehdä parin kolmen potentiaalisen kilpailijan yrityksestä. Kilpailu-analyysin teossa voi käyttää apuna oman paikkakunnan kotisivuja, joilta yleensä löytää oman talousalueen yritykset toimialoittain sekä työ- ja elinkeinoministeriön kotisivuilta löytyviä toimiala-analyysijä. Kilpailu-analyysillä saadaan selville oman yrityksen markkinatilanne ja sen avulla yrittäjä voi pohtia omaa sijoittumistaan kilpailutilanteessa. (Ilmoniemi ym, 2009, 52; Raatikainen 2011, 94.)

Kilpailuetu

Liiketoimintasuunnitelmaan yrittäjän on hyvä pohtia oman yrityksensä kilpailuetu. Yrittäjä voi rakentaa oman yrityksensä kilpailuedun useammasta elementistä. Sen ei tarvitse olla eikä yleensä olekaan jokin yksittäinen asia vaan kilpailuetu koostuu useammasta eri elementistä kuten paremmasta laadusta, nopeudesta, turvallisuudesta, palvelusta, suunnittelusta ja luotettavuudesta. Matalampaan hintaan ja matalimpiin kustannuksiin yhdistettynä parempi laatu, nopeus, turvallisuus, palvelu, suunnittelu ja luotettavuus luovat yrittäjälle oman yksilöllisen kilpailuedun muihin yrittäjiin nähden. Yksi tärkeimmistä kilpailueduista yritykselle on asiakkaiden ostotottumusten tiedostaminen. Ajantasainen tieto asiakkaiden mieltymyksistä, päätöksentekotavoista ja –kriteereistä sekä kilpailijoista ja markkinoista on hyvä ottaa selville jotta kuva asiakasmarkkinoista on mahdollisimman kattava.

Näiden tietojen pohjalta voidaan tehdä päätöksiä asiakasryhmien valinnasta, tuotteista, palveluista, hinnoittelusta ja markkinointitoimenpiteistä. (Kotler, 2005, 59; Viitala ja Jylhä, 2013, 89.)

2.2.2 Taloussuunnittelu

Tässä kappaleessa on käsitelty taloussuunnittelua, liikeidean kannattavuus, rahoitus ja rahoituksen järjestäminen, riskit ja lopuksi riskienhallinta.

- Taloussuunnittelu s. 21
- Liikeidean kannattavuus s. 21
- Rahoitus ja rahoituksen järjestäminen s. 21
- Riskit s. 22
- Riskienhallinta s. 22

Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu olennaisena osana taloussuunnitelma, jossa on esitetty joko todellisilla tai arvioiduilla euromäärillä yritystoiminnan menot ja tulot. Liiketoimintasuunnitelmaan liitetään yleensä tulosennuste, rahoitusennuste sekä kassa- eli maksuvalmiusbudjetti. Yrittäjän kannattaa laskea ainakin minimimyyntikatetarve, jotta saadaan selville minkä verran on tehtävä myyntitiloa jotta saavutetaan nollatulos. Rahoitustarvelaskelmasta selviää rahan riittävyys, jos yrittäjä pystyy sijoittamaan omaa rahaa yrityshankkeeseensa, rahoittajien on helpompi uskoa yritysidean olevan kannattava ja siihen lähdetään helpommin mukaan. Kassa- eli maksuvalmiusbudjettiin arvioidaan yritykseen saapuva rahamäärä ja maksuihin menevä rahamäärä. Aloittavan yrittäjän kannattaa seurata viikkotasolla kassabudjettiaan jonkin aikaa. Yrittäjä joka on toiminut jo jonkin aikaa niin riittää, että hän seuraa maksuvalmiuttaan kassabudjetin avulla kuukausitasolla (Raatikainen, 2011, 142).

Liikeidean kannattavuus

Aloittavan yrittäjän ja toimintansa jo aloittaneen yrittäjän on järkevää esittää yritysideaansa numeroina. Yritystoiminnassa kuluja syntyy jo ennen kuin myyntituloja saadaan riittävästi aikaiseksi. Budjetoimalla menot suuremmiksi kuin ne todellisuudessa ovat, on aina parempi vaihtoehto kuin se, että ei budjetoitaisi ollenkaan. Yritysidea testataan budjettiin arvioiduilla euromäärillä tuo esille yritysidea ja eurojen välisen yhteyden. Tällä tavoin saadaan helposti tietää onko yrittäjän kaavailema yritysidea kannattava ja toteutettavissa. Yritysidea voidaan tässä vaiheessa joko luopua, aletaan kehittää ideaa pidemmälle tai vaihtoehtoisesti etsitään uusia liikekumppaneita ja rahoittajia (Raatikainen, 2011, 138).

Rahoitus ja rahoituksen järjestäminen

Yritystoiminnan oletetaan olevan kannattavaa toimintaa perusedellytyksiltään. Kun tuotot ovat suuremmat kuin kustannukset, yrityksen toiminta katsotaan toteutuvan kannattavalla tavalla. Yritystoimintaa aloitettaessa ja sen elinkaaren aikana yrittäjä tekee päätöksiä jotka tulevaisuudessa tuottavat tulosta, mutta ovat päätöksentekohetkellä kannattamattomia. (Viitala ja Jylhä, 2013, 119.)

Rahoitus yritystoiminnan aloitusvaiheessa ja yritystoiminnan elinkaaren aikana voivat tuntua yrittäjältä monimutkaisilta. Yrityksen toiminta koostuu tulo-rahoituksesta sekä pääomarahoituksesta. Tulorahoitusta on tuotteiden tai palvelujen myynnistä syntyvä tuotto. Pääomarahoitus jaetaan omaan pääomaan ja vieraaseen pääomaan. Omaa pääomaa on yrittäjän sijoittama oma raha ja vieras pääoma on yrityksen ulkopuolista lyhytaikaista tai pitkäaikaista rahoitusta. Lyhytaikainen vieras pääoma on maksettava takaisin vuoden kuluessa ja pitkäaikaisen vieraan pääoman takaisinmaksuaika on yli vuoden mittainen. (Raatikainen 2006, 118–119, 121.)

Pienyrittäjän rahoitus- ja avustusmuodot ovat perinteiset pankkilainat, Finnveran pienlainat sekä TE-keskusten investointi- ja kehittämistuet. Vieras pääoma on takaisinmaksettavaa velkaa, jolle on oma hintansa. Hinta määräytyy viitekoron ja asiakaskohtaisen marginaalin mukaan. Tavallisimpia viitekorjoja ovat euribor, euroalueen rahamarkkinoiden viitekorko sekä pankin itse määäämä prime-viitekorko. Vertailemalla ja pyytämällä eri pankkien ja luottolaitosten lainoista ja rahoitusvaihtoehtoista tarjoukset yrittäjä voi itse valita omalle liiketoiminnalleen edullisimman vaihtoehdon. (Raatikainen 2006, 118–119, 121.)

Riskit

Yritystoimintaa aloittaessa ja yritystoiminnan jatkuessa yrittäjän on oltava tietoinen riskeistä, joita yritystoiminnassa voi tulla eteen. Vahingon mahdollisuudet eli riskit on tunnistettava, jotta niihin voidaan vaikuttaa ja varautua. Riskien ja niistä aiheutuvien vahinkojen vähentäminen on ennalakoivaa, suunnitelmallista ja ja järjestelmällistä toimintaa (Perustamisopas uudelle yrittäjälle, 2013, 16).

Riskienhallinta

Yrittäjä aloittaessaan yritystoimintaansa on varautunut riskinottoon ja riskeihin jo jollain tasolla valmiiksi. Yrittäjän henkilökohtainen riskinottokyky vaikuttaa siihen millaisiin riskeihin hän on valmis, onko hän halukas kasvattamaan liiketoimintaansa ja uudistamaan sitä. Riskinotto tulee selvimmin näkyviin viimeistään siinä, onko yrittäjä valmis kiinnittämään oman omaisuutensa lainojen vakuudeksi rahoituspäätöksiä yhteydessä ja miettiessään omaa riskinottokykyään. (Viitala 2013, 340.)

Riskienhallinta on varautumista ennalta mahdollisiin riskeihin ja niiden tunnistamiseen. Riskejä ei voi kokonaan poistaa, mutta niiden vaikutuksia voidaan pienentää terveen järjen käytöllä ja käytännön toimilla. Yritystoiminnassa riskejä ovat muun muassa koneiden rikkoutuminen, yrittäjän sairastuminen, tulipalo tai sopimusrikkomukset (Viitala, 2013, 340). Riskit voidaan jaotella ryhmiin eri tavoilla. Riskilähteen mukaan jaoteltuna jaoteltaisiin liikeriskeihin, henkilöriskeihin, omaisuusriskeihin, tuoteriskeihin, tietoriskeihin, sopimus- ja vastuuriskeihin, ympäristöriskeihin ja rikoriskeihin. Toinen tapa olisi jaotella riskit strategisiin, taloudellisiin, operatiivisiin ja vahinkoriskeihin. (Viitala ja Jylhä, 2013, 341.)

Riskienhallinta käsittää riskien tunnistamisen, riskien analysoinnin ja riskienhallintakeinojen määrittelyn. Riskienhallinnan tarkoituksena on ihmisten, omaisuuden, tiedon, maineen ja ympäristön turvaaminen sekä toiminnan häiriöttömyyden varmistaminen päivittäisessä toiminnassa. Riskien tunnis-

taminen tarkoittaa sitä, että tunnistetaan ja tiedostetaan mitä voi tapahtua tai mitä tilanteita voi tulla eteen, joka vaikuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttamiseen. Tunnistamisessa on käytössä erilaisia menetelmiä muun muassa tarkistuslistoihin perustuva menetelmä sekä asiantuntijoiden ryhmätyönä erilaisia prosessointia ja oivaltamista tukevia menetelmiä hyödyntäen. (Viitala, 2013, 341.)

2.2.3 SWOT -analyysi

SWOT -analyysi kuvataan yleensä nelikenttänä, johon on listattu yrityksen vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), uhat (threats) ja mahdollisuudet (opportunities). SWOT -analyysin aikaulottuvuutena voidaan pitää tätä päivää ja tulevaisuutta. SWOT -analyysin voi tehdä koko yritystoiminnasta tai tarkastella SWOT -analyysin avulla yksityiskohtaisemmin jotakin yritystoiminnan osaa esimerkiksi markkinointia tai henkilöstöä. SWOT -analyysin avulla yrittäjän ja yrityksen huomio kohdistuu oikeisiin asioihin ja asiat, jotka eivät ole olennaisia jäävät toisarvoisiksi. Isomman ja pk-yrityksen työkaluna SWOT -analyysi on yksi strategisen suunnittelun arviointimenetelmä. (Pitkämäki, 2001, 83.)

Pienissä yrityksissä esimerkiksi toiminimellä toimivana yrittäjänä, yrittäjä näkee tai mieltää SWOT -analyysin ennemminkin pienemmässä mittakaavassa, yrittäjä ei välttämättä osaa ajatella/ei miellä, että SWOT -analyysi on strategista suunnittelua. SWOT -analyysimenetelmän etuna on sen helppo toteutus ja SWOT -analyysin teko ei vie yrittäjältä resursseja niin paljon kuin ensi olettamalla ajattelisi sen vievän. Kun SWOT -analyysi on tehty, sitä ei tulisi jättää pelkästään vahvuuksien, heikkouksien, uhkien ja mahdollisuuksien kirjaamiseen, vaan pitäisi edetä johtopäätöksiin ja tämän myötä miettiä toimenpiteet ja aikataulu miten SWOT-analyysissä esiintulleita asioita voitaisiin käsitellä ja tehdä järkeviä ratkaisuja. (Pitkämäki, 2001, 83.)

SWOT -analyysiä konkreettisesti tehdessään yrittäjä tai se kuka SWOT -analyysin tekoon osallistuu, miettii ja harkitsee esimerkiksi mitkä ovat menestymisen edellytykset ja sen jälkeen arvioidaan oman yrityksen toiminta tässä kohtaa onko näin tehty, jotta menestymisen edellytykset täyttyvät. Tästä esimerkkinä voitaisiin esittää kysymys ovatko yrityksen tuotteet innovatiisia? Jos yrityksessä asiakaspalautteena on tullut ilmi, että tuotteet ovat innovatiivisia ja tuotteet vastaavat asiakkaan odotuksia. Tällöin voidaan SWOT -analyysiin laittaa nelikentässä vahvuudet kohtaan innovatiivisuus. Sen jälkeen voidaankin tarkastella ja miettiä miten jatkossa toimitaan, jotta asiakkaat edelleen ajattelevat että yrityksen tuotteet ovat innovatiivisia ja täyttävät asiakkaiden odotukset, kun taas toisaalta voidaan harkita tarvitseeko tähän tällä hetkellä puuttua tai ottaa kantaa sen enempää. Kun esimerkiksi vahvuuksiin on laitettu innovatiivisuus ja suhteet asiakkaisiin. Tämän jälkeen muutetaan tunnistettu vahvuus tavoitteiksi ja toimenpiteiksi. Tämä voi tapahtua vaikka markkinoinnin kautta, että asiakkaisiin pyritään pitämään paremmin kontaktia ja syventämään asiakassuhdetta. Toimenpiteelle laaditaan aikataulu ja valitaan vastuullinen vetäjä. Yksityisyrittäjä tekee kaiken tämän itse, kun isommassa ja pk-yrityksessä asiakassuhteiden ylläpito ja asiakassuhteiden parantaminen on markkinointiosaston vastuulla. (Pitkämäki, 2001, 83.)

SWOT -analyysissa vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen sisäisiä voimavaroja, osaamista ja niiden puutteita. Vahvuuksia voivat olla yrityksen ja yrittäjän ominaisuudet ja resurssit muun muassa

luovuus, kokemus, ainutlaatuinen idea, myyntivoima, rahoitus (Koski ja Virtanen 2005, 49). Heikkouksina voidaan mainita pääoman puute, markkinointiosaamisen tai sopivan jakelukanavan puute, liiketoimintaosaamisen puute, alkuvaiheessa oleva tuotekehitys. Mahdollisuudet ja uhat kuvaavat yrityksen ulkopuolista toiminta- ja kilpailuympäristöä. Markkinoiden kasvupotentiaali, yrityksen toiminnan kehittäminen, toimintaympäristön myönteiset muutokset, kumppanuudet voidaan nähdä mahdollisuuksina. Kilpailijat, viranomaiset, öljykriisi tai ilmastonmuutos voidaan luokitella nelikenttäanalyysiin uhkaksi. Yritys voi itse vaikuttaa sisäisiin tekijöihin vahvuuksien vahvistamisella ja heikkouksien poistamisella sen sijaan ulkoisiin tekijöihin, mahdollisuuksiin ja ughiin, yritys ei voi itse vaikuttaa muuten kuin varautumalla ja hyödyntämällä. (Koski ja Virtanen 2005, 49.)

SWOT -analyysiä käytetään yrityksen työkaluna yrityksen sisäisen kyvykkyyden ja resurssien sekä yrityksen ulkopuolisten tekijöiden luomien mahdollisuuksien ja uhkien analysointiin. SWOT -analyysin tarkoituksena on saada selville ja tarkastella miten analyysissä saatuja tuloksia hyödynnetään yrityksen toiminnan kehittämisessä. Millä tavoin vahvuuksia hyödynnetään, miten heikkoudet saadaan mahdollisesti parannettua tai jopa käännettyä vahvuuksiksi, miten reagoidaan toimintaympäristön tuomiin mahdollisuuksiin ja millä tavoin toimintaympäristöstä tulevat uhat saadaan torjutuksi. Mahdollisuudet voidaan kääntää vahvuuksiksi, vahvuudet uhkiksi, heikkoudet mahdollisuuksiksi, uhat heikkoudeksi. SWOT -analyysi auttaa yrittäjää tarkastelemaan miten vahvuuksia voidaan kehittää, miten heikkoudet voitaisiin poistaa tai muuttaa vahvuuksiksi, millä tavalla mahdollisuuksia hyödynnetään ja miten uhkia voitaisiin torjua (Koski ja Virtanen 2005, 50).

SWOT -analyysissä vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen nykytilaa ja yrityksen sisäisiä asioita. Uhat ja mahdollisuudet kuvaavat yrityksen tulevaisuutta ja yrityksen ulkoisia asioita. Vahvuudet ja mahdollisuudet ovat positiivisia asioita, kun taas toisaalta heikkoudet ja uhat nähdään negatiivisina asioina. Liiketoiminnalla ei välttämättä ole riittäviä edellytyksiä, mikäli heikkoudet ja uhkatekijät painottuvat liikaa SWOT -analyysiä tehdessä (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle, 2013, 16).

VAHVUUDET / STRENGTHS	HEIKKOUEDET / WEAKNESSES
MAHDOLLISUUDET / OPPORTUNITIES	UHAT / THREATS

Kuvio 5. Nelikenttäanalyysi (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle, 2013, 16.)

SWOT -analyysiä tehdessä yrittäjä esittää itselleen kysymyksiä liittyen esimerkiksi liiketoimintaansa, liiketoiminnan osa-alueeseen, yrittäjyyteen tai omaan osaamiseensa. Kysymyksiin saamansa vastaukset yrittäjä sitten analysoi ja tekee niitä koskevia toimenpiteitä, jos sellaisia voidaan tehdä liiketoiminnan puitteissa. Joskus kysymykseen saa vastauksen, johon ei pysty millään toimenpiteellä vaikuttamaan. Toisinaan taas tulevaisuudessa vaikuttaviin asioihin kuten mahdollisuuksiin että uhkatekijöihin voidaan päästä vaikuttamaan hyvissä ajoin, jolloin mahdollisuus muuttuukin vaikkapa vahvuudeksi ja uhka saadaan poistumaan. Millä kysymyksillä tatuointialalle yrittäjäksi/elinkeinonharjoittajaksi/toiminimellä toimivaksi saisi oman liiketoimintansa hyvään vauhtiin tai jo olemassa olevan liiketoimintansa pysymään kannattavana liiketoimintana. Näitä kysymyksiä olen

pohtinut sekä itse että käyttänyt pohjatietona Pekka Hannulan Espoossa vuonna 2008 tehtyä Taiteilijan liiketoimintasuunnitelmaa, joka mielestäni käy hyvin myös tatuointitaidetta toiminimellä aloittavalle tai jo liiketoimintansa aloittaneelle tatuointialan yrittäjälle. Onhan tatuointikin taidetta, joka on tehty iholle pysyvästi.

Hannulan kirjoittamassa taiteilijan liiketoimintasuunnitelmassa vahvuuksia koskevia kysymyksiä voisi olla esimerkiksi; Onko sinulla jokin kilpailuetu, Millaisia vahvuuksia sinulla on, Onko sinulla tietoa, motivaatiota, resursseja, kokemusta tai muita sellaisia seikkoja, joilla vahvistat liiketoimintaasi tai oletko huomannut toiminnassasi, että teet jonkin asian erillä tavalla paremmin kuin kilpailijasi? Heikkouksia kysyttäessä voidaan käyttää samoja kysymyksiä kuin kysyttäessä vahvuuksia. SWOT -analyysin heikkous – puolelle kysymyksiin voisi lisätä vielä onko yrittäjä huomannut että hänellä olisi jonkinlaisia ristiriitoja yhteensovittaessaan yrittämistä ja taiteilijauraa? Onko jossakin asiassa parantamisen varaa? (Hannula, 2008, 16).

Mahdollisuuksia on maailma täynnä, pitää vain löytää yrittäjän omaan liiketoimintaan sopivat elementit. Näitä pohtiessa voisi kysyä; Onko yleinen ilmapiiri yrittäjämysteinen? Onko toimintaympäristössä tulossa muutoksia vaikkapa Euroopan unionin tatuointivärien ainesosien sisällön takia? Voisiko yritystoimintaan lisätä muita osioita muilta osaamisalueiltaan?

Uhkia mietittäessä olisi hyvä käydä läpi ja miettiä onko taloudellinen taantuma todellinen uhka liiketoiminnalle, yrittäjän liiketoimintapaikan paikkakunnalta poismuuttava väestö, onko se uhka ja miten siihen pitäisi reagoida? Tulisiko yrittäjän itsekkin vaihtaa toimipaikkansa isompaan kaupunkiin, jossa on mahdollisesti enemmän asiakkaita? Mitkä asiat ovat todella uhkatekijöitä ja miten näihin suhtautua? (Hannula, 2008, 16).

SWOT -analyysiä tehdessä voidaan kysyä jokaisessa osiossa, että ovatko esimerkiksi kulujen ja menojen tasapainottaminen uhka, mahdollisuus, vahvuus vai heikkous? Millä tavalla yrittäjä voi näihin vaikuttaa ennakoivasti ja suunnitellusti? Tatuointialalle tulevan kannattaa pohtia mitä hän haluaa tulevaisuudelta, onko hänelle riittävää se, että hänellä on asiakkaita vai haluaako hän saada nimeä ja tunnustusta muilta tatuointiartisteilta? Onko mahdollista, että tatuojana ammatikseen/elinkeinonharjoittajana/toiminimellä toimivana tavoitella yhteiskunnallista vaikuttamista esimerkiksi hygienian puolesta, laadukkaampien tatuointistudioiden puolesta?

Taiteilija, jonka tavoitteena on yritystoiminnalla saada toimeentulonsa, kannattaa myös pohtia mihin tähtää urallaan, mitkä ovat tavoitteet ja suunnitelmat lähimmälle viidelle vuodelle. Tekeekö yrittäjä taidetta pelkästään tekemisen ilosta vai tavoittelee toiminnallaan toimeentuloa, taiteellista mainetta. Voiko taiteilijana toimiva yksityisyrittäjä tavoitella yhteiskunnallista vaikuttamista? (Hannula, 2008, 16).

3 TYÖN TOTEUTTAMINEN

Tavoitteena oli tehdä toimiva liiketoimintasuunnitelma ja tässä onnistuin mielestäni hyvin. Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on näyttää mitä hyötyä suunnitelmasta yrittäjän liiketoiminnalle on ja millä tavoin se voisi hyödyttää hänen liiketoiminnallista ajatusmaailmaansa tilanteessa jossa hänellä ei ole yrittäjyyteen liittyviä valmiuksia valmiina. Liiketoimintasuunnitelma toimii työkaluna yrittäjälle. Liiketoimintasuunnitelma on tehty yrittäjälle lähdeaineiston pohjalta sekä hänen kanssaan käytyjen keskustelujen pohjalta.

Yrittäjän kanssa yhteistyössä tehty liiketoimintasuunnitelman prosessi eteni seuraavalla tavalla:

- yhteydenotto toimeksiantajaan keväällä 2013. Tiedustelin, onko hänellä liiketoimintasuunnitelmaa. Jos sellaista ei vielä ole tullut tehtyä ja sellaiselle olisi tarvetta, niin voisin opinnäytetyönä tehdä hänen yritykselleen liiketoimintasuunnitelman
- lähdeaineiston etsiminen kirjastosta ja internetistä
- liiketoimintasuunnitelmien vertailua itsenäisesti
- liiketoimintasuunnitelman sisällön luonnostelu
- ensimmäisen luonnoksen esittely toimeksiantajalle
- muutokset liiketoimintasuunnitelmaan, muokkasin liiketoimintasuunnitelmaa yrittäjän näkökulmaa vastaavaksi
- keskustelut Facebookissa, sähköpostitse, käymällä paikanpäällä yrittäjän toimipaikkakunnalla
- viimeisellä palaverikerralla tammikuussa 2014 tarkasteltiin yhdessä SWOT-analyysiin tulevia asioita, kilpailijoita sekä käytiin lävitse viimeinen lopullinen versio liiketoimintasuunnitelmasta.

Liiketoimintasuunnitelmista kertovien lähdeaineistojen perusteella valikoin toimeksiantajan liiketoimintasuunnitelmaan ne osaset, jotka hänen yritystoimintaansa tällä hetkellä palvelevat parhaiten. Liiketoimintasuunnitelmapohjassa, jonka tein tutkimieni lähdeaineistojen pohjalta löytyy perustiedot yrityksestä, liikeidea, toiminta-ajatus, visio, arvot, tulevaisuuden tavoitteet, asiakkaat, tuote/palvelu, hinta, markkinointisuunnitelma ja kilpailijat, markkinointisuunnitelma ja asiakkaiden tavoittaminen, markkinointimix 4P - mallin mukaisesti, markkinoinnin toteuttaminen, kilpailuetu, markkina-alue/toimintaympäristökartoitus, kilpailijat ja kilpailija-analyysi, taloussuunnittelu, yritystoiminnan kannattavuus, kassabudjetti, riskianalyysi sekä swot-analyysi.

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

1. Perustiedot yrityksestä (yrittäjän osaaminen)
2. Liikeidea (toiminta-ajatus, visio, arvot)
3. Tulevaisuuden tavoitteet
4. Markkinointi (asiakkaat, tuote/palvelu, hinta, suunnitelmat ja toimenpiteet)
5. Taloussuunnittelu (kassabudjetti, rahoituslaskelmat, tuloslaskelma)
6. Riskianalyysi
7. SWOT -analyysi

Liitteenä oleva liiketoimintasuunnitelma on pyritty tekemään sellaiseksi, että sitä voi käyttää helposti lähestyttävänä oppaana, kun tekee ensimmäistä kertaa liiketoimintasuunnitelmaa. Rahoittajien näkökulmasta tarkasteltuna liitteenä oleva liiketoimintasuunnitelma ei todennäköisesti kelpaa esimerkiksi starttirahan hakemisen liitteenä tarvittavaksi liiketoimintasuunnitelmaksi. Tekemäni liiketoimintasuunnitelma olisi pitänyt käyttää TE-keskuksella näytillä, jotta tiedettäisiin asian oikeellisuus. Toiminnallisen opinnäytetyön työn tulokset -kohdassa on käyty lävitse yrittäjälle tehtyä liiketoimintasuunnitelmaa ja kerrottu avoimesti mitä hänen liiketoimintasuunnitelmaansa on laitettu. Tämä siitä syystä, että jos joku on suunnitellut tatuointialalle yksityisyrittäjäksi lähtemistä, tämä opinnäytetyö toivon mukaan toimii hänelle kelvollisena oppaana ja tukena liiketoimintasuunnitelman teossa.

Toimeksiantajalle tehtävään liiketoimintasuunnitelmaan laadittiin yrittäjän kanssa käydyssä palaverissa SWOT -analyysi ja samalla käytiin lävitse muita liiketoimintasuunnitelman osioita, muun muassa kartoitettiin kilpailutilanne yrittäjän paikkakunnalla/lähiympäristössä yrittäjän toimipaikkakunnan internetsivujen yrityshaun ja yrittäjän kanssa käydyn keskustelun pohjalta. Tämän jälkeen kirjoitin liiketoimintasuunnitelmaan kirjallisen lähdeaineiston pohjalta keinoja miten yrittäjä saisi asiakkaita markkinointisuunnitelman avulla. Yrittäjä toimii pienellä paikkakunnalla, jossa kilpailua ei tällä hetkellä ole ja tästä syystä kilpailuanalyysistä tuli suppea. Liiketoimintasuunnitelmassa osa esitetyistä tiedoista on kirjallisen ja sähköisen lähdeaineiston pohjalta, kun taas tietyt liiketoimintasuunnitelman osat on tehtävä ja on tehty yhteistyössä yrittäjän kanssa. Kirjallisen lähdeaineiston pohjalta tehdyt liiketoimintasuunnitelman osat on käyty palaverissa lävitse yrittäjän kanssa ja tarkennettu keskustelujen pohjalta mikä sopii hänen yritystoimintansa aiheeseen ja millä tavalla niitä lähestytään.

Jokainen tatuointi on yksilöllinen ja eri ihmisen iholle laitettuna omannäköisensä taide. Jokainen tatuoiija on toisensa kilpailija, mutta taas toisaalta kilpailua ei juuri ole, koska jokaisella tatuoijalla on oma tyylinsä ja "käsialansa" minkälaista taidetta iholle syntyy. Asiakkaat menevät sen luokse, jolta he saavat juuri sellaisen tatuoinnin kuin he haluavat. Tatuointien teko ei ole samalla tavalla massatuotantoa, kuin esimerkiksi t-paidat tai korvien rei'itys. Toisaalta taas voidaan ajatella, että tatuoiijat eivät kilpaile toistensa kanssa vaan ovat ennemminkin yhteistyössä keskenään ja oppivat toisiltaan ollessaan itse asiakkaina. Tatuointiyrittäjillä suurimpana haasteena on tehdä laadukas jälki asiakkaan iholle, koska asiakkaiden ihotyypit poikkeavat toisistaan.

Toimialalla tulee todennäköisesti olemaan jatkossa enemmän kilpailijoita johtuen muun muassa siitä, että tv-sarjoissa, kirjoissa ja sarjakuvissa esiintyvät sankarit ovat yhä useammin tatuoituja. Inked, Miami Ink, LA Ink, London Ink ja Helsinki Ink – ohjelmaformatit tuovat tatuointitaiteilijoiden luomuksia kaiken kansan näköisille ja saavat ihmiset kiinnostumaan ottamaan itselleen tatuoinnin. Tatuoinnit luovat yhteisöllisyyttä ja ovat joillekin elämäntapa. Tatuointi ei leimaa ihmistä samalla lailla kuin vielä aikaisempina vuosina, jolloin tatuointeja oli lähinnä merimiehillä tai muihin alakulttuureihin kuuluvilla henkilöillä. Tatuoinneista on tullut ja on tulossa arkipäivää.

Yrityksen perustiedot saadaan selville yritys- ja yhteisötietojärjestelmästä, joka löytyy internetistä osoitteesta ytj.fi. Sivusto on Patentti- ja rekisterihallituksen ja Verohallinnon yhteinen yritystietojärjestelmä. Yrittäjän osaamisen ja taustan selvitin keskustelemalla yrittäjän kanssa. Opinnäytetyön lii-

ketoimintasuunnitelman toimeksiantaja yrittäjä ryhtyi yksinyrittäjäksi, koska hän koki, että hän voi sillä tavalla työllistää itsensä mielekkäällä tavalla. Vaikka hänellä ei ole liiketaloudellista osaamista, hän ei pelännyt yrittäjäksi ryhtymistä. Yrittäjän perusvalmiuksina pidetään Viitalan ja Jylhän mukaan oman toimialan substanssiosaamista, liiketoimintaosaamista ja yrittäjähenkisyyttä. Toimeksiantajalani on oman toimialan substanssiosaaminen hallussa sekä yrittäjähenkisyyttä, liiketoimintaosaaminen tulee ajan myötä ja, kun hän kasvaa yritystoimintaan mukaan. Hän myy tuotteensa ja palvelunsa asiakkaille omalla persoonallisuudellaan, yrittäjällä on hyvät vuorovaikutustaidot ja kyky hahmottaa asiakkaan kuvailema ja haluama tatuointi.

Yrittäjällä on taiteellista näkemystä. Kun asiakas tulee hänen luokseen tatuointikuvan tai idean kanssa, yrittäjä suunnittelee yhdessä asiakkaan kanssa kuvan ja ottaa tatuoinnista selvää miten ja millä tavalla haluttu kuva on paras tehdä tälle kyseiselle asiakkaalle. Teoriaosuudessa käsittelin pääpiirteissään yhtiömuodot ja yleensä tatuojaksi ryhtyvä toimii toiminimellä ja yksityisyrittäjänä. Yrittäjä valikoi yhtiömuodoksi toiminimen, koska se on helppo perustaa eikä tarvitse sen kummemmin pääomaa yrityksen perustamiseen niin kuin esimerkiksi osakeyhtiötä perustettaessa tarvitsisi. Toimeksiantajana toimiva yrittäjä teki perustamisilmoituksen Yritys- ja yhteisötietojärjestelmään ja samalla lomakkeella ilmoituksen kaupparekisteriin ja Verohallinnolle aloittaessaan toimintansa yrittäjänä. Yrittäjä toimitti myös paikkakunnan terveystieteiden laitoksen terveydensuojelulain 13§:n mukaisen ilmoituksen toiminnastaan.

Raatikaisen mukaan yrittäjätyypppejä löytyy yhtä monta kuin on yritystoimintaa tekeviä ihmisiä. Yrittäjät voidaan luokitella hänen mukaansa käsityöyrittäjiin, perinteisiin yrittäjiin ja toimitusjohtajatyypisiin yrittäjiin. Käsityöyrittäjille on tärkeämpää työn hyvä laatu ja oman osaamisen arvostaminen. Tatuointiyrittäjä on yrittäjätyyppiltään käsityöyrittäjä. Heille on tärkeää työn laatu, joka ilmenee siten, että tatuoinnin ottanut asiakas on tyytyväinen hänelle tehtyyn tatuointiin. Oman luovuuden ja taiteellisuuden esilletuominen korostuu tatuointiyrittäjien yritystoiminnassa. Yrittäjä, jolle tein liiketoimintasuunnitelman on yrittäjätyyppiltään käsityöyrittäjä. Hänelle on tärkeää työn laatu, joka ilmenee siten, että tatuoinnin ottanut asiakas on tyytyväinen hänelle tehtyyn tatuointiin. Oman luovuuden esilletuominen ja taiteellisuus korostuu myös tämän yrittäjän toiminnassa.

Toimeksiantajani liikeidea on yksinkertainen, hänen tuotteensa on tatuointi. Mikäli yrittäjä haluaa liiketoiminnastaan kannattavamman, hänen kannattaisi lisätä mahdollisuuksien mukaan muitakin elementtejä liiketoimintansa tueksi. Näitä voisi olla esimerkiksi tuotemyynti, taidemyynti (omien taulujen myynti) tatuointien teon ohella. Toiminta-ajatus, visio ja arvot on lähinnä pk-yrityksille suunnattuja asioita, mihin suuntaan yritystoimintaa halutaan tulevaisuudessa viedä. Mielestäni yksityisyrittäjäkin voi miettiä omalle liiketoiminnalleen ja yritykselleen toiminta-ajatuksen, vision ja arvot. Näin hänellä pysyy kirkkaana mielessä se, miksi hän yrityksen perusti ja mitä kohti hän haluaa yritystoimintaansa viedä tai pitää toimintansa juuri sellaisena kuin se sillä hetkellä on ilman kasvutarvetta.

Toimeksiantajana toimivan yrittäjän ydintuote on taidetuote, joka perustuu osaamiselle. Hän tekee taidetta mitä luonnostaan syntyy ilman sen kummempia tarkoituksia. Ydintuote on tässä tapauksessa tatuointi, joka tehdään asiakaslähtöisesti ja yhdessä asiakkaan kanssa. Ydintuote on selkeästi

hahmoteltu ja hinnoiteltu tuote eli tässä tapauksessa taidetuote, tatuointi, joka myydään asiakkaalle. Toiminimellä aloittava tatuointialalle tuleva uusi yrittäjä voisi pohtia omassa liiketoiminnassaan sitä mitä muuta taiteellista tai mitä muuta osaamista hänellä on, jota hän voisi ajatella yhdistävänsä luontevasti yritystoimintaansa. Tatuointialalla tuotteen laatuvaatimuksia ei ole missään määritelty, joten asiakkaan on vaikea huomata tai tietää mikä on laadukas tatuointi. Tatuointi tuo joillekin asiakkaille yhteisöllisyydentunnetta ja joillekin asiakkaille tatuoinnit ovat elämäntapa. Niitä otetaan kunnes ihosta loppuu tila. Kun tatuointiyrittäjän ammattitaitoiseen tatuointitaiteeseen yhdistää ystävällisen ja iloisen palvelun, on todennäköistä, että asiakkaita riittää jatkossakin.

Tein toimeksiantajalle 4P -mallin mukaan hänen liiketoimintaansa sopivan markkinointisuunnitelman lähdeaineiston pohjalta sekä keskustelemalla yrittäjän kanssa. Tuote on hänen kohdallaan tatuointi, paikka on keskeisellä sijainnilla oleva liikehuoneisto parturi-kampaajan kanssa samoissa tiloissa. Hinta on alhaisella tasolla, mutta hintoja on mahdollista nostaa ja yrittäjä seuraa kilpailijoiden hinnankehitystä. Asiakkaat ovat tietoisia minkä verran tatuointi maksaa tänä päivänä ja jos tatuointitaiteilija on jo saanut nimeä ja tullut tunnetummaksi niin hän voi pyytää enemmän hintaa tuotteestaan kuin aloitteleva tatuointitaiteilija. Tosin on huomioitava se tosiasia, että tänäpäivänä asiakkaat osaavat vaatia vastinetta itseensä sijoittamalleen rahalleen. 4P-mallin mukaisen markkinointisuunnitelman avulla yrittäjä näkee, onko hänellä tarvetta tehdä muutoksia markkinointikeinoihinsa tai tapoihin, joilla hän markkinoi tuotettaan asiakasryhmille.

Yrityksen toimintaympäristöanalyysin tein kirjallisen lähdeaineiston pohjalta. Liiketoimintasuunnitelmaan tekemässäni toimintaympäristöanalyysissä tarkastelin suppeasti tatuointien kysynnän tänäpäivänä, kilpailutilanteen paikkakunnalla ja lähikunnissa ja merkittävimmät kilpailijat. Toimialan yleisestä luonteesta en tehnyt analyysiä, koska toimiala on muuttuvassa tilassa ja toimijoita tulee alalle koko ajan enenevässä määrin. Tähän on syynä muun muassa television kautta tutuksi tulleet tatuointiohjelmat, jotka innostavat ihmisiä alkamaan tatuointiyrittäjiksi ja ohjelmien myötä asiakaskunta laajenee ja kasvaa. Toimintaympäristöä tarkastellessa huomasin yrittäjälle tatuointiyrittäjyyden rinnalle taiteen tekemisen ja taiteen myymisen jotta taloudellinen kannattavuus pysyy tyydyttävällä tasolla. Taidekauppiaaksi ei kuitenkaan ole tarkoitus yrittäjän ryhtyä, vaan alkaa tehdä omaa taidetta tatuointitaiteen lisäksi. Tatuointialalle omalla paikkakunnallaan tulevan yrittäjän kannattaisi toimintaympäristöanalyysissään tarkastella trendit ja megatrendit, tatuointien kysyntä ja markkinat, kilpailutilanne paikkakunnalla ja merkittävimmät kilpailijat.

Tein yrittäjälle kilpailu-analyysin muutamasta tärkeimmästä kilpailijasta sen hetkisen tilanteen mukaan, joka oli liiketoimintasuunnitelman tekohetki. Kilpailijatilanteeseen tuli kuitenkin muutos tämän vuoden alusta, kun paikkakunnalla toimiva ainoa kilpailija, tatuointistudiota pitävä yrittäjä lopetti toimintansa. Tilanne on muuttunut puolessa vuodessa siihen, että toimeksiantajana toimiva yrittäjä on paikkakunnalla ainoa tatuointistudiota pitävä yrittäjä tällä hetkellä. Riskianalyysiä tehdessäni yrittäjälle jaoittelin riskit liiketoiminnan pienuudesta johtuen pelkästään omaisuusvahinkoihin, keskeytys- ja riippuvuusvahinkoihin sekä henkilöriskeihin. Tein yrittäjälle riskianalyysin, jossa kartoitin yleisimmät riskit joita vastaan voi tulla sekä sen miten niihin voi halutessaan varautua. Strategisiin riskeihin lukeutuu asiakaskäyttötymisen muutokset ja tätä olisi voinut tarkastella yrittäjälle tehtävässä

riskianalyysissä. Kilpailu-analyysi ja riskianalyysi on tehty yrittäjälle teoriaan perustuvan kirjallisuuden perusteella.

Liiketoimintasuunnitelmaan tehtiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa SWOT -analyysi, jonka avulla hän sai selville oman yritystoimintansa ja yrittäjyytensä vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat ja millä keinoilla hän näihin voi vaikuttaa. Toimeksiantajana toimivalle yrittäjälle tekemäni SWOT -analyysi auttoi häntä näkemään oman yritystoimintansa konkreettisemmin. Kun vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat laitettiin nelikenttäanalyysiin, hänelle aukeni SWOT -analyysin tarkoitus, että miten se auttaa häntä omassa toiminnassaan. Hänellä oli SWOT -analyysi omassa mielessään hyvinkin selkeänä. Palaverissamme, kun kyselin yrittäjältä opinnäytetyöhön kirjoittamiani kysymyksiä, hän löysi vastaukset melko nopeasti kyseessä oleviin aiheisiin. Kun asiat, jotka kysyttäessä tulivat vastaukseksi ja nämä vastaukset laittoi paperille, niin hän löysi lisää asioita mitä ja miten hänen pitäisi liiketoiminnassaan tarkastella jatkossa ja mihin asioihin hänen kannattaa kiinnittää enemmän huomiota kuin aikaisemmin.

Esitin yrittäjälle kysymyksiä SWOT – analyysiin tuleviin kohtiin, jotka koskivat sekä vahvuuksia ja heikkouksia että mahdollisuuksiin ja uhkiin liittyen. Esimerkkinä voitaisiin käsitellä kysymystä vaikuttaako liikehuoneiston sijainti tuotteen saatavuuteen tai hintaan? Tähän kysymykseen yrittäjä totesi, että jos hän on tarpeeksi hyvä siinä mitä hän tekee ja minkälaista taidetta hän asiakkaan iholle saa aikaiseksi, niin liikehuoneiston sijainnilla ei ole merkitystä. Toisaalta taas voidaan ajatella, että sijainnin ollessa keskeisellä paikalla kaupungin keskustassa hyvien liikenneyhteyksien päässä, asiakkaat saavuttavat yrittäjän paremmin. Hintaan liikehuoneiston tai liikepaikan sijainnilla voisi olla enemmän vaikutusta silloin, jos yrittäjällä on omat tilat joista hän maksaa vuokran. Nyt, kun hän on parturi-kampaajan kanssa samoissa tiloissa, molemmat hyötyvät tästä tilanteesta. Parturi-kampaaja saa asiakkaita tatuoijalta ja tatuoiija saa asiakkaita parturi-kampaajan asiakkaista.

Lähdeaineistoja luettuani ja keskusteltuani toimeksiantajan kanssa tulin siihen tulokseen, että toimeksiantajana toimivalla tatuointiyrittäjällä on todennäköisesti vielä monta hyvää vuotta edessään. Asiakkaita riittää, sekä entisiä että uusia. Jos yrittäjällä riittää mielenkiintoa ja luovuutta tehdä työtään ja mikäli hän pysyy työkyntoisena, niin hän tulee saamaan tästä elantonsa ja pystyy työllistämään itsensä vielä pitkän tovin. Jaksamisen ja työhyvinvoinnin kannalta yrittäjä pitää lomaa aina silloin, kun se on mahdollista ja käy säännöllisesti liikuntaharrastuksessa, jotta elämä ei olisi pelkkää tatuointien tekemistä ja suunnittelua. Mahdollisena esteenä tulevaisuuden kannalta näen, että jos hän ei saa työstään tarpeeksi tienestiä, liiketoiminta mahdollisesti päättyy ja yrittäjän pitää tehdä päätöksenään jotain sellaista mistä saa elantonsa ja tatuoimista voisi jatkaa sivutoimisena yrittäjänä.

Toimeksiantajana toimivan yrittäjän kanssa käymäni keskustelut loivat tunteen siitä, että hänellä on oma liikehuoneisto jonain päivänä joko Kemissä tai muualla Suomessa, mahdollisesti ulkomailla ja hänellä on vakituinen asiakaskunta, jos sellaista nyt tällä alalla voi olla. Hänellä on mahdollisesti pari työntekijää yrityksessään joko tekemässä omalla toiminimellään tatuointeja tai oppitytönä/-poikana hänellä tai yrittäjä vierailee muissa tatuointiliikkeissä vierailevana tähtenä. Toimeksiantajan kanssa

palaverissa käydyissä keskusteluissa nousi yhtenä asiana esille, että yhtenä yritystoiminnan osana yrittäjällä voisi olla taiteen tekeminen esimerkiksi muotokuvat, maisemataulut ja niiden myyminen.

Yrittäjän kanssa tekemäni yhteistyö toi esille myös sen, että yrittäjälle on tärkeämpää tehdä tatuointitaitetta ennemmin kuin saada yritystoiminnastaan taloudellista pääomaa itselleen. Opinnäytetyönä tehty liiketoimintasuunnitelma toimii yrittäjälle suunnannäyttäjänä ja realistisena kuvauksena yritystoiminnan tämänhetkisestä tilanteesta. Mahdollisesti liiketoimintasuunnitelma antaa yrittäjälle uusia ideoita kehittää liiketoimintaansa ja tehostaa toimintaansa. Tatuointeja tullaan ottamaan tulevaisuudessa enenevässä määrin ja taitava tatuointitaiteilija menestyy aina.

4 POHDINTA

Tämä opinnäytetyö on kirjoituspöytätyyppinen toiminnallinen opinnäytetyö, joka perustuu jo olemassaolevaan tekstiaineistoon eli sekundaariaineistoon. Tämän valmiin saatavilla olevan aineiston olen analysoinut uudelleen ja valmiin aineiston pohjalta muokannut toimeksiantajana toimivalle yrittäjälle hänen yritystoimintaansa sopivan liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelma on kehittämistyö eli toiminnallinen työ. Kehittämistyö muodostuu kahdesta osasta; kehitettävästä tuotteesta tai tapahtumasta ja prosessia kuvailevasta kirjallisesta raportista. Kehittämistyönä on laadittu liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajalle sekä liiketoimintasuunnitelmapohja avuksi sitä tekeville. Tietoperustana on käytetty aiheeseen liittyvää kirjallista ja sähköistä lähdemateriaalia. Liitteenä oleva liiketoimintasuunnitelma on sisällöltään vastaava kuin minkä tein toimeksiantajalle.

Opinnäytetyön aiheeni sain toimeksiantajaltani keväällä 2013. Toimeksiantajalla ei ollut vielä liiketoimintasuunnitelmaa, koska hänellä ei riittänyt aika eikä resurssit sitä alkaa tekemään. Keskustelin toimeksiantajani kanssa muutamaa otteeseen mitä hän haluaa liiketoimintasuunnitelmansa pitävän sisällään ja sen mukaan sitten tein hänelle liiketoimintasuunnitelman. Toimeksiantajan kanssa olen pitänyt tiiviisti yhteyttä liiketoimintasuunnitelman kirjoittamisprosessin aikana. Sekä kasvotusten että sähköpostitse käydyt palaverit ovat muokanneet liiketoimintasuunnitelman sisällön sellaiseksi kuin se nyt on. Tarkoitushan on kuitenkin, että yrittäjä itse päivittää liiketoimintasuunnitelmaansa jatkossa itsenäisesti.

Opinnäytetyöprosessi alkoi marraskuussa 2012 ensimmäisen opinnäytetyön aihekuvauksella seminaarissa. Ensimmäisen opinnäytetyön aiheeni oli "Hiljaisen tiedon jakaminen...", mutta aiheen rajausta ja sen laajuus yllätti. Opinnäytetyön aikatauluttaminen oli suunniteltu aluksi, että olisin valmistunut keväällä 2013, mutta matkaan tuli muutamia muuttuvia tekijöitä ja aikataulu ei pitänyt enää ollenkaan. Vaihdoin opinnäytetyön aiheita ja opiskelijakollegani kanssa päätimme, että yhdessä tekisimme liiketoimintasuunnitelman tatuoijayrittäjälle opinnäytetyönä. Opinnäytetyön aihe "liiketoimintasuunnitelma tatuointiyrittäjälle" esiteltiin seminaarissa ja työn piti lähteä liikkeelle.

Mutta toisin kävi, opinnäytetyönä tehtävä toiminimellä toimivan, yksityisyrittäjän liiketoimintasuunnitelma on liian suppea kahden opiskelijan opinnäytetyönä tehtäväksi ja käsiteltäväksi, yhteistyö ei lähtenyt liikkeelle aikataulujen ja elämäntilanteiden ollessa hieman haastavat. Pidimme tahoillamme marraskuussa 2013 palaverin opinnäytetyön ohjaajan kanssa ja jatkoimme opinnäytetyön tekoa erillään omin voimin. Olin jo esiteltyämme aihekuvauksen seminaarissa suunnitellut opinnäytetyön sisältöä ja etsinyt lähdemateriaalia ja taustatietoja teoriaosuudessa käsiteltäviin aiheisiin. Vertailin lähdemateriaalien liiketoimintasuunnitelmien sisältöjä toisiinsa ja luonnostelin niiden pohjalta toimeksiantajalle yksilöllisen ja hänen liiketoimintaansa sopivan liiketoimintasuunnitelman.

Tapasin työn ohjaajani toisen kerran tammikuussa 2014 ja tästä alkoi toden teolla opinnäytetyön tekeminen ja teoriaosuuden kirjoittaminen. Toimeksiantajan kanssa ei tehty tarkkaa aikataulua siitä milloin liiketoimintasuunnitelma olisi valmis. Tarkka aikataulutus olisi kannattanut tehdä. Koska aikataulun toimeksianto ja, kun opinnäytetyön teoriaosuuteen etsii lähdeaineistoa, luonnostele ensimmäistä liiketoimintasuunnitelmamallia ja kirjoittaa teoriaa liiketoimintasuunnitelman sisällöstä, vii-

västyy koko opinnäytetyöprosessi sekä toimeksiantajalle tehtävä liiketoimintasuunnitelma. Toimeksiantajana toimii taitelijja, joten hänelle aikataulun viivästyminen ei ollut iso asia. Toimeksiantajani antoi minulle taiteilijan vapauden tehdä liiketoimintasuunnitelmasta sellaisen kuin se nyt on, mutta liiketoimintasuunnitelman sisällöstä kävimme keskusteluja ja pohdimme yhdessä, mitä siihen tällä hetkellä on aiheellisinta ja hyödyllisintä kirjoittaa.

Toimeksiantajani kanssa kävimme tammikuussa 2014 palaverissa yhdessä läpi liiketoimintasuunnitelman ja kehittelimme muun muassa SWOT-analyysiin tulevia asioita tarkemmin. Muilta osin liiketoimintasuunnitelma oli toimeksiantajan toivomusten mukainen. Maaliskuussa 2014 laadin työstäni esityksen, jonka esitin opinnäytetyöseminaarissa 19.3.2014, samassa opinnäytetyöseminaarissa suoritin opponoinnin toiselle opiskelijalle. Seminaarissa sain opponijalta palautetta, jonka perusteella viimeistelin opinnäytetyöni yksityiskohtia. Maaliskuun 14.päivä suoritin hyväksytysti kypsyysnäytteen. Palautin viimeisen version opinnäytetyöstäni ohjaajalle maaliskuussa 2014, johon sain viimeiset kommentit. Opinnäytetyön viimeistelyäni palautin työni loppuarvostelua varten.

Yrittäjyyden näkökulmasta tarkasteltuna liiketoimintasuunnitelman ja sen kirjoittaminen kaikkine pohdintoineen on aikaa vievää ja työläs urakka. Tehdessäni toimeksiantajalleni liiketoimintasuunnitelman opinnäytetyönä vahvistaa käsitystäni siitä, että jos joskus itse perustan yrityksen ja alan yrittäjäksi niin liiketoimintasuunnitelma kannattaa antaa opiskelijan tehtäväksi, koska se vapauttaa yrittäjän tekemään muita tärkeämpiä töitä omassa yritystoiminnassaan, kuten sitä mistä hän tienestinsä saa. Liiketoimintasuunnitelma tehdään yleensä ennen kuin liiketoimintansa aloittaa, mutta sen voi tehdä myös oman liiketoimintansa suunnittelutyökaluksi.

Opinnäytetyöprosessi tuntui haastavalta aluksi, koska minulla ei ollut etukäteistietoa toimialasta jolle liiketoimintasuunnitelman aloin tekemään. Etsin tietoa tutkimalla eri kirjallisuus- ja internet-lähteitä. Toimeksiantajan ollessa toisella puolella Suomea ei palaverien ja yhteistyön tekeminen ole helppoa. Välimatkasta huolimatta yhteydenpito onnistui mainiosti nykytekniikan mahdollistaessa keskustelut sosiaalisen median, sähköpostin ja puheluiden avulla. Kuopio-Kemi väli tuli tutuksi sekä junamatkoilla että autoillessa. Tatuointiyrittäjille on tehty liiketoimintasuunnitelmia opinnäytetyönä aiemminkin eri alojen näkökulmasta tarkasteltuna muun muassa hyvinvointialan sekä liiketalouden aloilla. Lähdemateriaalia tutkiessani löysin muun muassa Minna Tarvaisen Kajaanin ammattikorkeakoulussa vuonna 2007 tehdyn opinnäytetyön, jonka aiheena on Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Tarvaisen opinnäytetyössä oli vertailtu kolmea eri liiketoimintasuunnitelmaa toisiinsa ja näitä kolmea liiketoimintasuunnitelmaa vertailtuaan, hän oli laatinut yhden toimivan liiketoimintasuunnitelman omaan tulevaan yritystoimintaansa. Omassa opinnäytetyössäni ei ollut tarkoitus vertailla liiketoimintasuunnitelmien keskinäistä sisältöä toisiinsa. Kirjallista ja sähköistä materiaalia vertailtaessa ja niiden pohjalta tehdyn liiketoimintasuunnitelman sisällöstä voi tehdä johtopäätöksen, että jokainen voi tehdä liiketoimintasuunnitelman, jolla pääsee samaan lopputulokseen, oli toimiala sitten mikä tahansa. Tarkemmat liiketoimintasuunnitelmassa tarvittavat sisällöt saa selville parhaiten ottamalla selvää sen instanssin mielenkiinnon kohteesta mikä heillä on liiketoimintasuunnitelmassa tärkeintä. Yrittäjän intressinä on oman liiketoiminnan seuraaminen ja kehittäminen, rahoittajien intressi liiketoimintasuun-

nitelmassa on faktatieto ja kylmät luvut onko yritystoiminta kannattavaa ja kannattaako yritystoimintaan lähteä rahoittajaksi.

Liiketoimintasuunnitelman teossa eteen tuli suurimpana ongelmana olemassaolevien liiketoimintasuunnitelmien laajuus ja käyttötarkoitus. Finnveran, Uusyrityskeskuksen, muiden lähdeaineistojen liiketoimintasuunnitelmat on tarkoitettu lähinnä pk-yrityksille ja isoille yrityksille. Näitä kaikkia ohjeita ja kirjoja soveltamalla voi tehdä oman näköisensä liiketoimintasuunnitelman omaan yritystoimintaansa sopivaksi. Liiketoimintasuunnitelmaa on tarkoitus päivittää säännöllisesti, jotta liiketoiminnasta saadaan kaikki mahdollinen hyöty irti. Yksinyrittäjän ja toiminimellä toimivan liiketoimintasuunnitelma täytyy rajata tarkasti ja miettiä mitä liiketoimintasuunnitelman osioita otetaan mukaan ja mikä on liiketoimintasuunnitelman todellinen hyöty yrittäjälle. Liiketoimintasuunnitelmaprosessissa on hyvä myös miettiä mitä tarkoitusta varten liiketoimintasuunnitelman tekee, onko se pelkästään ulkopuoliselle rahoittajalle (pankkilaina, starttiraha) vai onko liiketoimintasuunnitelma yrittäjän oma työkalu, jolla hän muotoilee liiketoimintansa kulmakivet ja etenee yritystoiminnassaan liiketoimintasuunnitelmaan kirjoitettujen tavoitteiden ja toimintojen pohjalta.

Opinnäytetyöprosessissa ajankäyttöön olisin voinut käyttää enemmän suunnittelua ja suunnitella ajankäyttöni hieman paremmin. Haasteellista opinnäytetyössäni oli aiheen rajaaminen, koska liiketoimintasuunnitelman kirjoittamisesta ja siihen liittyvää lähdeaineistoa on paljon saatavilla. Teoriaosuuden rajauksessa piti olla tarkkana, mitä kaikkea teoriaa haluaa liiketoimintasuunnitelmasta käsitellä. Olen ottanut teoriaan mukaan oleelliset asiat, joista yksityisyrittäjä saa hyvän alun sille, miten tekee oman liiketoimintasuunnitelmansa. Opinnäytetyölle sain hyvän tuen sekä toimeksiantajalta että opinnäytetyön ohjaajalta. Opinnäytetyön ohjaajalta saamani palaute työn kriittisimmässä vaiheessa auttoi minua jatkamaan opinnäytetyöprosessia eteenpäin.

Opinnäytetyöprosessi vakuutti minut siitä, että jos alan yksityisyrittäjäksi, pystyn laatimaan liiketoimintasuunnitelman ilman, että tarvitsen ulkopuolista ohjausta sen tekemiseen. Oma ammatillinen osaamiseni tämän opinnäytetyön tekemisen ja kokemisen kautta kehittyi ja kasvatti henkisesti. Luottamus omaan tekemiseen ja ammatilliseen kasvuun tuli käytännön liiketoimintasuunnitelman tekemisen myötä itselle konkreettiseksi. Onnistuin laatimaan toimivan ja yrittäjän liiketoimintaa hyödyttävän liiketoimintasuunnitelman sekä teoriaosuudessa käsittelemään liiketoimintasuunnitelman eri osioita riittävällä tasolla kattavasti. Toimeksiantona tehty liiketoimintasuunnitelma on opettavainen ja hyödyllinen prosessi käydä läpi. Näin saa tuntumaa siihen miten pidetään aikatauluista kiinni ja avoimella suhtautumisella toimialaan kuin toimialaan saadaan aikaiseksi toimiva liiketoimintasuunnitelma.

Jatkotutkimuksen aiheena voisi olla tatuointiyrittäjäksi ryhtyvälle opas mitä kaikkea pitää ottaa huomioon ja minkälaista osaamista tarvitaan alalla esimerkiksi liiketoimintasuunnitelman tekemisestä laadukkaisiin tatuointeihin asti. Olisiko terveysalan koulutuksesta hyötyä tai haittaa alalle hakeutvalle? Mikä koulutus tai osaaminen toisi lisäarvoa ja parantaisi alalla jo työskentelevien yrittäjien asemaa tai työn jälkeä? Jatkotutkimusaiheena esittäisin, että tatuoinneista olisi enemmän suomalaisista kirjallisuutta saatavana näkökulmana tatuoinnit ja niiden ammattitaitoinen tekeminen hy-

gieniosaaminen huomioon otuna, olisiko tällä alalla esimerkiksi hygieniapassin suorittaminen tarpeellista ja toisiko se lisäarvoa tatuojan liiketoimintaan.

LÄHTEET

Kirjalliset:

Finnvera. 2001. Miten laaditaan hyvä liiketoimintasuunnitelma Business Plan. 5.painos. Finnvera. Kuopio.

Hemingson, V. 2009. Tatuoinnit kehotaiteen käsikirja. 1.painos. Midas Printing International Limited. Kiina.

Holopainen, T. 2011. Yrityksen perustamisopas käytännön perustamistoimet. 20.painos. Bookwell Oy. Jyväskylä.

Ilmoniemi, M., Järvensivu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. 1.painos. Kariston kirjapaino. Talentum. Helsinki.

Juntunen, J. 2004. Tatuoitu. 1.painos. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki

Koski, T. & Virtanen, M. 2005. Tulos – liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. 1.painos. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Kotler, P. 2005. Markkinoinnin avaimet. 1.painos. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Lahtinen, J., Isoviita, A. & Hytönen, K. 1995. Markkinoinnin kilpailukeinot. 1. painos. Avaintulos Oy. Kokkola: KP Paino.

Lehti, E., Rope, T., Pyykkö, M. 2007. Mikä tekee yrittäjästä menestyvän - perusyrittäjästä superyrittäjäksi. WS Bookwell Oy. Juva.

Lehtipuro, K., Kangasaho, E. & Niemelä, T. 1999. Uskalla sinäkin –käytännön tietoa yrittäjäksi aikovalle. 1.painos. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Luukkainen, O. & Wuorinen, J. 2002. Yrittävä elämänsenne. 1.painos. WS Bookwell Oy. Jyväskylä.

Nurmi, T. 1999. Suomen kielen sanakirja ulkomaalaisille – Finnish dictionary for foreigners. 1.painos. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. 10.painos. Kirjakas Ky. Nurmijärvi.

Pitkämäki, Ari., 2001. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. 2.painos. Gummerus kirjapaino Oy. Saarijärvi.

Puustinen, T. 2006. Avain omaan yritykseen. 2.painos. Kirjakas Ky. Nurmijärvi.

Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. 8.painos. Edita Prima Oy. Helsinki.

Viitala, R., Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6.uudistettu painos. Edita Publishing Oy. Bokwell Oy. Porvoo.

Yrittäjyyskatsaus 2011. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu. Työ ja yrittäjyys. 34/2011. Edita Publishing Oy. 2011. Helsinki.

Sähköiset:

Elinkeinoelämän tilanne seutukunnittain. 2011. [Viitattu 23.03.2013] Saatavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1711/Elinkeinoelaman_tilanne_seutukunnittain.pdf

Hietanen, A. 2012. [Viitattu 17.10.2012]. Saatavissa: http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/44274/Hietanen_Anniina.pdf?sequence=1

Katla, K. 2008. Tatuointitaide tatuojan näkökulmasta. [Viitattu 17.10.2012]. Saatavissa: http://www.katariinakatla.com/tatuointitaide_tatuojan_nakokulmasta.html

Kuopion kaupunki. Ympäristöterveyden lomakkeet. [Viitattu 16.2.2014]. Saatavissa: <http://www.kuopio.fi/web/ymparisto/ymparistoterveydenhuollon-lomakkeet>

Liukko, S. 12.3.2013. Opinnäytetyön runko-osa – erilaisia rakenteita. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyön raportointiohje. [viitattu 25.2.2014]. Saatavilla: <http://oppimateriaalit.jamk.fi/raportointiohje/tag/laadullinen-tutkimus/>

Tarvainen, M. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö. Kajaanin amk. [viitattu 24.2.2014]. Saatavissa: <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/12384/khl4hminnat.pdf?sequence=1>

Uusyrityskeskus. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013. [viitattu 17.5.2013]. Saatavissa: www.uusyrityskeskus.fi

YritysHelsinki. Helsingin kaupunki. Parturi-kampaamon tai kauneudenhoitoalan yrityksen perustaminen. [Viitattu 16.2.2014]. Saatavissa: <http://www.hameenuusyrityskeskus.fi/img/file.php?id=184>

Liite 1.

■ LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

yrittäjä:
Laatija:
pvm

Sisältö

1. PERUSTIEDOT YRITYKSESTÄ
 - 1.1. Yrittäjän osaaminen ja tausta
2. LIIKEIDEA
 - 2.1. Toiminta-ajatus
 - 2.2. Visio
 - 2.3. Arvot
 - 2.4. Tulevaisuuden tavoitteita
3. ASIAKKAAT
4. TUOTE/PALVELU
5. HINTA
6. MARKKINOINTISUUNNITELMA JA KILPAILIJAT
 - 6.1. Markkinointisuunnitelma ja asiakkaiden tavoittaminen
 - 6.2. Markkinointimix Kotlerin 4P –mallin mukaan
 - 6.3. Kilpailuetu
 - 6.4. Markkina-alue / Toimintaympäristökartoitus
 - 6.5. Kilpailijat ja kilpailu-analyysi
7. TALOUSSUUNNITTELU
 - 7.1. Yritystoiminnan kannattavuus
 - 7.2. Kassabudjetti
8. RISKIANALYYSI
9. SWOT-analyysi

1. PERUSTIEDOT YRITYKSESTÄ

Nimi

Y-tunnus

Sijainti

Perustamisvuosi

Omistus

Liikevaihto

Henkilöstö

Toimitilat

1.1. YRITTÄJÄN OSAAMINEN JA TAUSTA

2. LIIKEIDEA

2.2. Toiminta-ajatus

2.3. Visio



2.4. Arvot



2.5. Tulevaisuuden tavoitteita

3. ASIAKKAAT

4. TUOTE/ PALVELU

5. HINTA

6. MARKKINOINTISUUNNITELMA JA KILPAILIJAT

6.1. Markkinointisuunnitelma ja asiakkaiden tavoittaminen

6.2. Markkinointimix Kotlerin 4P – mallin mukaan

Product/Tuote	Place/Paikka
Price/Hinta	Promotion/ Markkinointiviestintä

6.3. Markkinoinnin toteuttaminen

6.4. Kilpailuetu

6.5. Markkina-alue/ Toimintaympäristökartoitus

6.6. Kilpailijat ja kilpailu-analyysi

OMINAISUUS	OMA YRITYS	KILPAILIJA 1	KILPAILIJA 2
1. Perustamisvuosi			
2. Liikevaihto			
3. Kannattavuus			
4. Henkilöstömäärä (omistajat+palkatut)			
5. Arvio sijainnista			
6. Tuotevalikoima			
7. Markkinointitaito – missä hyvä			

7. TALOUSSUUNNITTELU

7.1. Yritystoiminnan kannattavuus

Tulossuunnitelma				
	2013	%	2012	%
LIIKEVAIHTO				
= Liiketoiminnan tuotot yhteensä				
- Aine- ja tarvikekäyttö				
- Henkilöstökulut				
- Liiketoiminnan muut kulut				
= KÄYTTÖKATE				
= LIKETULOS				
+ Muut korko- ja rahoitustuotot				
+ Korkokulut ja muut rahoituskulut				
+ Välittömät verot				
= NETTOTULOS				
= KOKONAISTULOS				

7.2. Kassabudjetti

KASSABUDJETTI 2014

	TAMMI	HELM	MAALIS	HUHTI	TOUKO	KESÄ	HEINÄ	ELO	SYYS	LOKA	MARRAS	JOULU
A KASSA KUUKAUDEN ALUSSA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kassaan maksut												
+ käteismyynti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ maksut myyntisaatavista	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ muut maksut	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B Yhteensä	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kassastamaksut												
- arvonlisävero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- käteisotot	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- ostovelkojen maksut	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- palkat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- ennakonpidätys ja sotumaksu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- vakuutukset	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- vuokrat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- korot	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- verot	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- investoinnit	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- muut	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C Yhteensä	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rahoitus												
- lainojen lyhennykset	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ lainojen nostot	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ omistajien sijoitukset	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- omistajien yksityisotot	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D Yhteensä	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kassa kuukauden lopussa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

8. RISKIANALYYSI

RISKI

SUOJAUTUMISTOIMENPIDE

MAHDOLLINEN VAKUUTUS

Omaisuuksivahingot		
Keskeytys- ja riippuvuusvahingot		
Henkilöriskit		

9. SWOT-analyysi

SWOT-analyysin idea on luoda tilannearvioita suunnitelmien ja päätöksenteon perusteiksi. Tunnistettut heikkoudet käännetään vahvuudeksi ja olemassa olevia vahvuuksia vahvistetaan. Omilla toiminnoillaan voidaan uhat muuttaa mahdollisuuksiksi. SWOT-analyysissa vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen sisäisiä voimavaroja, osaamista ja niiden puutteita. Mahdollisuudet ja uhat kuvaavat yrityksen ulkopuolista toiminta- ja kilpailuympäristöä. SWOT-analyysi on yrittäjän työkalu oman liiketoimintansa suunnitteluun, yritystoiminnan pitämiseen kannattavana ja mahdollisesti yritystoiminnan kehittämiseen jatkossa.

Strengths (vahvuudet)

Weaknesses (heikkoudet)

Opportunities (mahdollisuudet)

Threats (uhat)